

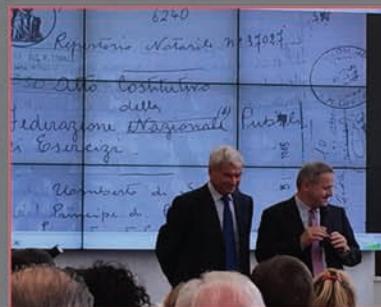
Unione *informa*



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



*Publici esercizi:
i 70 anni
di Fipe
e il Rapporto
ristorazione*



Tecnologia:
prosegue l'esperienza di E015

*Accordo di Regione Lombardia
ed Expo 2015 con i partner
della rappresentanza d'impresa*



VEGALITÀ
Mi piace!



*Ortomercato: firmato a Milano in Prefettura
il Protocollo per la Legalità e la Sicurezza*



CONTRATTI E LAVORO



APRIRE UN'ATTIVITÀ



SUPPORTO
FISCALE E LEGALE



FORMAZIONE



BANDI, CREDITO
E FINANZIAMENTI

UNIONE
CONFCOMMERCIO.
MOLTO DA SCOPRIRE,
MOLTO DA FARE,
INSIEME A TE.



IMPRESA E PERSONA



IMPRESA E ISTITUZIONI



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Lo sguardo nella vetrina



di Carlo Sangalli (*)

Valentino Zocchio, gioielliere di piazzale Corvetto

Legalità ci piace Storia di un imprenditore che non si arrende

Il Signor Valentino Zocchio ha 70 anni, una moglie (Franca), un figlio (Massimo), un negozio a Milano in piazzale Corvetto, due vite da imprenditore da raccontare (prima come pellicciaio, poi come gioielliere) e 16 rapine all'attivo. Anzi, sarebbe più giusto dire "al passivo", visto che dentro quelle rapine Valentino Zocchio non ha perso solo soldi e merce, ma anche tanta serenità. Le rapine, infatti, non sono semplici furti: contro i furti ci si assicura, contro le rapine no, perché non c'è niente che assicura o rassicura quando si vede violata non solo la propria azienda, ma anche minacciati la propria famiglia, i propri dipendenti, la propria dignità.

Il Signor Zocchio è uno che si fida del proprio fiuto imprenditoriale: dopo quasi 15 anni di pellicceria, nel 1994, intuisce che gli spazi di questo mercato si fanno sempre più risicati e comincia la riconversione alla gioielleria, che nel giro di qualche anno diventa l'attività dominante, poi esclusiva. L'attività va bene, tanto che nel 2004 decide di aprire anche in viale Monza. Vendere gioielli in piazzale Corvetto e viale Monza è una sfida di piccolo lusso in una Milano che rimane ancora difficile da inquadrare come centro o periferia, tra riqualificazione e degrado. Zocchio lo fa "a porte aperte": nel 2000 non mette porte girevoli, metal detector, sbarre, e - commercialmente - la scelta funziona bene. Troppo bene,

tanto da attirare l'attenzione di bande armate di malviventi che, dal 2002 al 2012, piagano l'attività con famelica serialità e violenza gratuita.

Nel 2012 la famiglia Zocchio decide di tenere un solo negozio: è una ritirata, quasi un barricarsi tutti dentro un'unica attività, con la porta di sicurezza che tiene lontani criminali, ma anche tanti clienti, e con la nipotina che quando viene in visita viene nascosta al piano di sopra.

Quando si sente parlare Valentino Zocchio, però, non c'è recriminazione, in primo luogo verso le forze dell'ordine che "fanno la loro parte per quello che possono". In Valentino Zocchio c'è il dubbio. Il dubbio sul perché il suo settore non sia tutelato meglio dalla legge ("non si capisce perché ci sia disparità di regole tra gioiellieri e compro-oro"). Il dubbio sul testardo futuro del figlio: "abbiamo fatto di tutto per fargli fare qualcosa'altro". Infine, un dubbio su tutti: "perché a me?".

E' una buona domanda a cui non c'è mai una buona risposta e che, forse, trova sollievo soltanto nella solidarietà degli altri; compresa la nostra.

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



Continental 
The Future in Motion

Amare significa proteggere.

Passa subito ai pneumatici
invernali Continental.



Sicurezza. Qualità. Servizio.

I Soci Confcommercio si meritano un trattamento privilegiato.

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

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

La frenata è la miglior performance.

www.continental-pneumatici.it

Il 25 novembre la Giornata Confcommercio “Legalità mi piace”

LEGALITÀ mi piace!

L'ILLEGALITÀ DISTRUGGE
IL LAVORO DI TANTI IMPRENDITORI

LIBERIAMO LE IMPRESE DEL COMMERCIO,
DEL TURISMO, DEI SERVIZI E DEI TRASPORTI
DAI FENOMENI CRIMINALI

PER UN'ECONOMIA PIÙ SANA E PIÙ FORTE,
PER UN PAESE PIÙ CIVILE

25 NOVEMBRE 2015
GIORNATA DI MOBILITAZIONE NAZIONALE
DI CONFCOMMERCIO SULLA LEGALITÀ

seguici su [#legalitami piace](#) [www.facebook.com/confcommerciomilano](#)

CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA

70
CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
DAL 1963 OGGI VOCE ALLE IMPRESE

CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MODENA E BRANICA

CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA

CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA

Diretta streaming per l'intervento del presidente Carlo Sangalli (con la partecipazione, a Roma – nella sede di Confcommercio – di esponenti del Governo) ed eventi/attività delle associazioni territoriali Confcommercio sull'intero territorio nazionale.

Nei prossimi giorni - il 25 novembre - si svolge la Giornata di Confcommercio “Legalità, mi piace” incentrata sulle attività criminali che colpiscono le imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti. La Giornata del 25 novembre viene aperta, alle 10.30, dall'intervento in diretta streaming del presidente Carlo Sangalli che darà l'avvio alle attività della Giornata in tutta Italia. Al termine si chiuderà il collegamento in streaming e le Associazioni territoriali proseguiranno con le iniziative promosse in ogni parte d'Italia.

Nel corso della Giornata sarà presentata un'indagine di Confcommercio, svolta in collaborazione con GfK Eurisko, che analizza come sono cambiati i fenomeni criminali in questi ultimi anni.

LEGALITÀ mi piace!

L'ILLEGALITÀ DISTRUGGE
IL LAVORO DI TANTI IMPRENDITORI

LIBERIAMO LE IMPRESE DEL COMMERCIO,
DEL TURISMO, DEI SERVIZI E DEI TRASPORTI
DAI FENOMENI CRIMINALI

PER UN'ECONOMIA PIÙ SANA E PIÙ FORTE,
PER UN PAESE PIÙ CIVILE

25 NOVEMBRE 2015
GIORNATA DI MOBILITAZIONE NAZIONALE
DI CONFCOMMERCIO SULLA LEGALITÀ

seguici su [#legalitami piace](#) [www.facebook.com/confcommerciomilano](#)

LEGALITÀ mi piace!

L'ILLEGALITÀ DISTRUGGE
IL LAVORO DI TANTI IMPRENDITORI

LIBERIAMO LE IMPRESE DEL COMMERCIO,
DEL TURISMO, DEI SERVIZI E DEI TRASPORTI
DAI FENOMENI CRIMINALI

PER UN'ECONOMIA PIÙ SANA E PIÙ FORTE,
PER UN PAESE PIÙ CIVILE

Confcommercio per la legalità e la sicurezza

E' dal 2013 che Confcommercio organizza a novembre la Giornata "Legalità mi Piace": appuntamento annuale promosso dalla Confederazione che mobilita l'intero sistema associativo con iniziative territoriali e locali di vario genere in ogni parte d'Italia. L'attività dell'intero sistema Confcommercio per il contrasto alla criminalità si articola su due filoni paralleli, ma strettamente collegati fra di loro: la sicurezza, intesa come iniziative per la tutela delle imprese e degli imprenditori rispetto alle attività criminali e violente ai danni di persone o cose (rapine, furti, aggressioni, etc.), e la legalità, nel cui ambito sono ricomprese sia la diffusione della cultura del contrasto all'illegalità e dei valori del vivere civile, sia l'individuazione di strumenti per il contrasto di fenomeni - quali il racket, l'usura, l'estorsione, la contraffazione, l'abusivismo, la corruzione - che inquinano il mercato e limitano la libertà imprenditoriale dei singoli.

Fra le attività realizzate a livello nazionale ricordiamo: il Protocollo quadro per la legalità e la sicurezza delle imprese e il Protocollo “video allarme antirapina” entrambi siglati con il Ministero dell'Interno, il Protocollo per la diffusione della cultura della legalità nelle scuole siglato con il Ministero dell'Istruzione Università e Ricerca. Per la diffusione della cultura della legalità Confcommercio sostiene e promuove specifici premi, come il “Premio Giorgio Ambrosoli” rivolto all'individuazione di esempi di buone prassi fra imprese e Pubblica Amministrazione, e il “Premio Libero Grassi”, rivolto agli studenti. Confcommercio è inoltre sponsor e sostenitore della 5° edizione di Trame, festival dei libri sulle mafie.

Confcommercio - direttamente o attraverso le strutture aderenti - realizza strumenti per le imprese (il vademecum antirapina), nonché studi e analisi dei fenomeni criminali (racket, usura, rapine, contraffazione, corruzione, etc.), e partecipa con propri rappresentanti: al Ministero dell'Interno, nel Comitato di Solidarietà per le vittime dell'estorsione e dell'usura; ai tavoli anticontraffazione e al Cnac, Consiglio Nazionale Anticontraffazione (organismo intergovernativo istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico); al tavolo intersettoriale sui reati predatori (rapine, furti, etc.) dell'Ossif, l'Osservatorio dell'Abi per la sicurezza nel cui ambito realizza un rapporto annuale. Confcommercio, inoltre, dialoga e collabora, a vario titolo, con i principali attori (istituzioni, forze dell'ordine, associazioni, enti pubblici e privati, imprese, organizzazioni e movimenti) impegnati nella lotta alla criminalità, in tutte le sue forme.

NEL PROSSIMO NUMERO GLI APPROFONDIMENTI SULL'EVENTO



Sei socio di Unione Confcommercio?
Il Buono Regalo Pellegrini e scopri i vantaggi:

Spendibile in un circuito
di **prestigiosi Partner**, Negozi
e Catene Retail su tutto
il territorio nazionale



Utilizzabile con **grande
flessibilità**, sia come benefit *ad
personam* per i propri
dipendenti, sia come omaggio
aziendale per clienti e fornitori



Garantisce importanti **vantaggi fiscali**:

- libero da oneri fiscali e previdenziali, *fino a € 258, 23 all'anno per dipendente*
- esente da IVA (art 2 D.P.R. 633/1972)
- deducibile al 100%



Ha alle spalle un'Azienda,
la Pellegrini, che è garanzia
di attenzione, efficienza e rapidità
di risposta a ogni esigenza



Contattaci:

scrivi: sviluppo.card@gruppopellegrini.it

chiama: 02.89130.550

Intervista al consigliere delegato Duilio Aragone

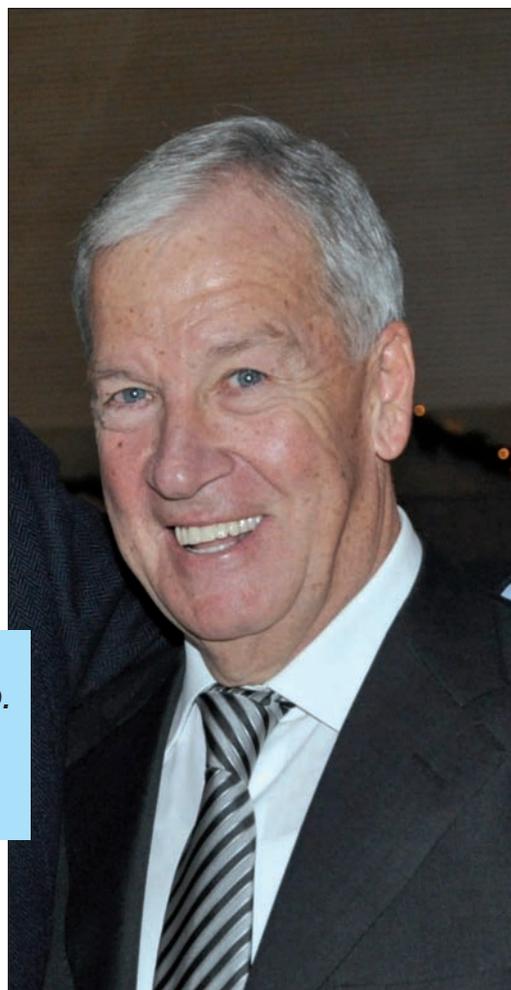
Paghe e amministrazione del personale Con Promo.Ter Unione sei mesi gratis per le pmi nuove utenti del servizio

Un pacchetto promozionale per le pmi nuove utenti del servizio paghe e amministrazione del personale: lo propone Promo.Ter Unione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con sei mesi di gratuità al termine dei quali viene applicata una tariffa vantaggiosa, comprensiva

anche dei costi di elaborazione dei modelli annuali, valida per 3 anni. E' l'iniziativa 6+6: "ora - spiega Duilio Aragone, consigliere delegato di Promo.Ter Unione - a

livello macroeconomico si avvertono i primi segnali di ripresa, ma molte imprese devono ancora superare questi anni contrassegnati dalla crisi. La nostra proposta - 6+6 - è stata pensata proprio per venire incontro ai tanti piccoli imprenditori che, non ancora utenti di questo servizio, trovano non solo un'offerta promozionale molto conveniente, ma soprattutto un'assistenza, nel tempo, puntuale ed efficace".

*Poi sconti
nella prosecuzione del servizio.
Interessanti agevolazioni
anche per le imprese
di più grandi dimensioni*



Duilio Aragone, consigliere delegato di Promo.Ter Unione

Come funziona 6+6 di Promo.Ter Unione?

"Va innanzitutto detto - non è una novità, ma è sempre bene ricordarlo e sottolinearlo - che, con Promo.Ter Unione, l'impresa può indirizzare tutte le sue attenzioni sul core business aziendale liberandosi delle incombenze amministrative.

L'amministrazione del personale è un servizio Promo.Ter Unione 'chiavi in mano': un servizio

completo di predisposizione ed elaborazione dei dati, assistenza nella gestione amministrativa dei rapporti di lavoro, nel rapporto con gli enti pubblici, nella predisposizione e gestione delle pratiche di cassa integrazione e di assistenza in caso di controlli ispettivi. 6+6

significa per i nuovi utenti (aziende da 1 a 10 dipendenti) 6 mesi di servizio gratis. Poi, se si è soddisfatti, il costo degli altri sei mesi verrà addebitato dal settimo mese in poi beneficiando di fatto di uno sconto reale del 50% su tariffe comunque ferme dal 2006. Nel secondo anno di servizio lo sconto sarà del 20% e nel terzo anno del 15%. Se, invece, dopo i primi 6 mesi di prova gratuita l'impresa nuovo utente non vorrà proseguire nel servizio, non le verrà addebitato alcun costo per l'attività fino a quel momento svolta".



Promo.Ter Unione

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

Per informazioni:

027750252

libri.paga@unione.milano.it

E per le imprese con più di 10 dipendenti?

"Il servizio paghe e amministrazione del personale di Promo.Ter Unione è modulato su differenti target d'azienda ed interessanti sconti vi sono anche per le imprese di maggiori dimensioni. Per le aziende da 11 a 39 dipendenti, per tre anni vi sarà uno sconto proporzionale alla durata del servizio, a partire dal

25% per il primo anno sull'intero costo (modelli annuali inclusi), fino ad arrivare al terzo anno con una tariffa fatturata mensilmente omnicomprensiva. Dal quarto anno i costi saranno adeguati al tariffario in vigore, ma invariato, come

detto, da molti anni. Per le aziende con oltre 40 dipendenti vi è un costo fisso a cedolino, a seconda del numero dei dipendenti in organico, omnicomprensivo dei costi, anche quelli dei modelli annuali, variabile da 15,50 a 20 euro".

Oltre al servizio paghe e amministrazione del personale ci sono, da parte di Promo.Ter Unione, altre offerte promozionali per i nuovi utenti?

"Uno sconto del 20% sui servizi per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro e per l'igiene degli alimenti Haccp".



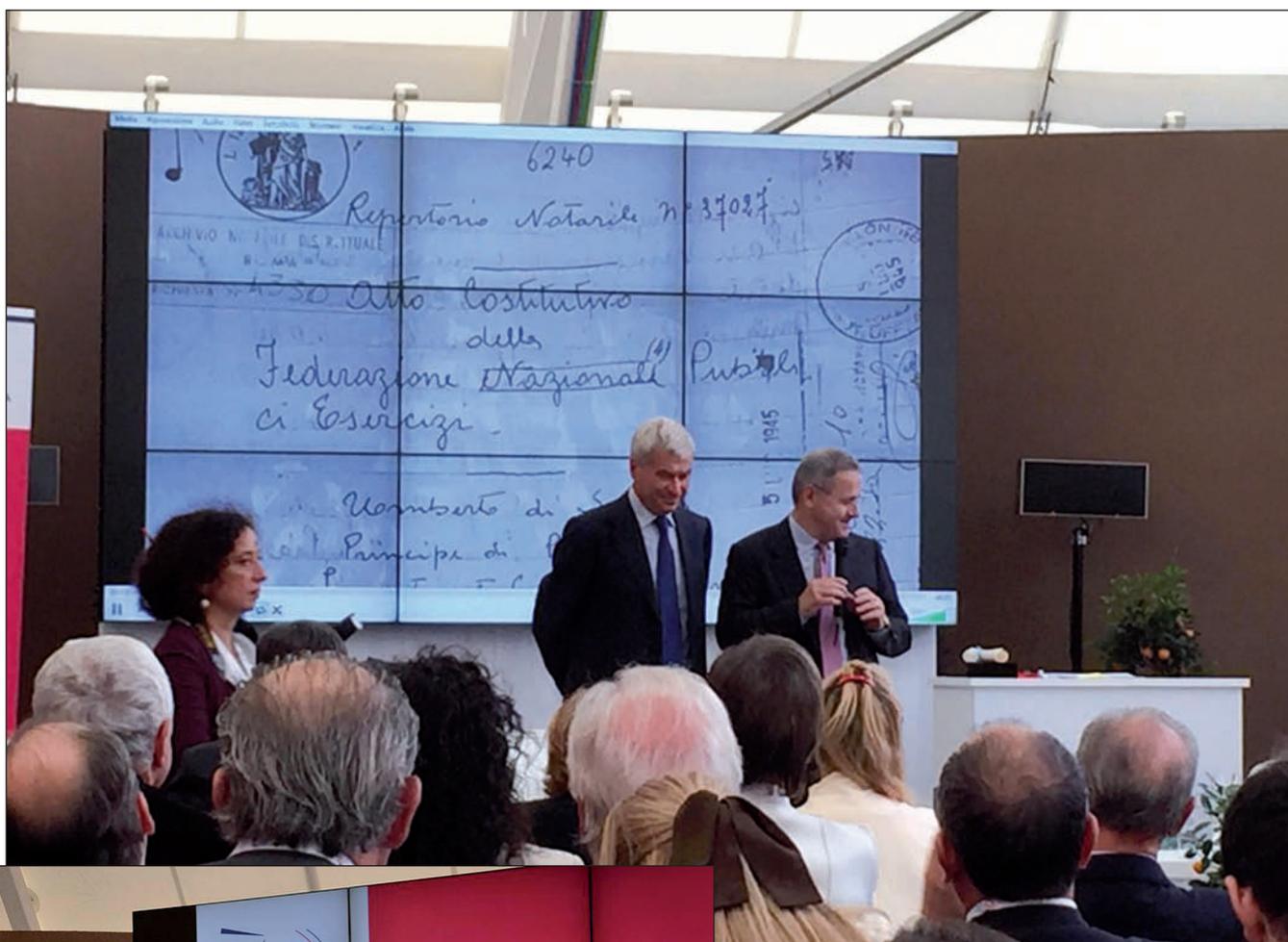
Assemblea della Federazione italiana pubblici esercizi con la partecipazione del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Fipe: festeggiati i 70 anni in Expo



Lino Stoppani, presidente Fipe e Carlo Sangalli, presidente Confcommercio, all'assemblea della Federazione italiana pubblici esercizi in Expo

L'importanza della ristorazione per il turismo italiano è dimostrata dagli 8,4 miliardi di euro che quest'anno verranno spesi dai turisti stranieri nel nostro Paese: il 5% in più rispetto al 2014. Questi i dati presentati da Lino Stoppani, presidente Fipe, in occasione dell'assemblea annuale che - per celebrare i 70 anni della Federazione italiana pubblici esercizi Confcommercio - si è riunita nella cor-



Assemblea Fipe in Expo: Carlo Sangalli e Lino Stoppani
(sullo sfondo, l'immagine del documento costitutivo di Fipe)



Assemblea Fipe in Expo: la premiazione di Gualtiero Marchesi

nice di Expo e che ha visto l'intervento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli.

“La cucina italiana è la più apprezzata e la più imitata al mondo - ha detto Stoppani - per i turisti stranieri è uno dei principali motivi di viaggio in Italia, addirittura il primo per ritornarci. Nonostante ciò, spesso non riusciamo a valorizzare adeguatamente le potenzialità che il settore potrebbe esprimere attraverso efficaci azioni di promozione e comunicazione”.

“Nella ristorazione una certa aria di ripresa c'è - ha continuato

A conclusione dei lavori la **CONSEGNA DEI PREMI SPECIALI FIPE**, un riconoscimento per l'impegno nella valorizzazione della ristorazione e della cucina italiana. I premi sono andati a: Gualtiero Marchesi; Caritas Ambrosiana; Massimo Mori; Gianni Mura; Linea Verde (Rai); Maurizio Zanella; il ministro Maurizio Martina (promotore del Food Act per il sostegno e la valorizzazione della cucina italiana).

Stoppani - l'ufficio studi Fipe stima per il 2015 una crescita dei consumi dello 0,8%, mentre oltre l'80% degli italiani prevede di spendere di più al ristorante nei prossimi sei mesi (vedi da pag.8 l'articolo sul Rapporto ristorazione Fipe n.d.r.). Anche tra le imprese c'è maggiore fiducia nel futuro; nel terzo trimestre di quest'anno il sentiment è tornato ai livelli del 2007. Non tutto, però, va a gonfie vele: il settore è caratterizzato da forte densità e competitività imprenditoriale, non sostenute da un tessuto produttivo abbastanza robusto. Questo si traduce in un numero molto elevato di chiusure: tra gennaio e settembre del 2015 sono state aperte quasi 13 mila imprese mentre ben 20 mila sono quelle che hanno chiuso i battenti: un saldo negativo di circa 7.000 imprese”.

▶▶▶ segue a pag. 8 ▶▶▶

▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶

“L'Italia – ha affermato Stoppani – ha un modello di pubblico esercizio unico al mondo per la sua eterogeneità, qualità e diffusione. I bar che popolano le nostre città e le nostre province fungono da luoghi di socialità, nonché di integrazione culturale, capaci di trasformarsi nel tempo insieme alle esigenze dei consumatori. Luoghi di aggregazione in cui si mantengono e rinvigoriscono le tradizioni gastronomiche e sociali alla base del nostro essere italiani”.



Assemblea Fipe in Expo: l'intervento del presidente Lino Stoppani



Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, interviene all'assemblea Fipe in Expo

In occasione dell'assemblea Fipe in Expo si è svolta la tavola rotonda “Ristorazione italiana, eccellenza mondiale”, con i contributi di Davide Oldani (Ristorante D'O); Massimo Mori (Mori Venice Bar & Emporio Armani Caffè); Mario Guidi (presidente di Confagricoltura); Luca Patané (presidente Uvet e Confturismo); Mauro Parolini (assessore allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia).

Assemblea Fipe in Expo: foto da Fipe e di Mattia Dognini

Rapporto Fipe 2015 sulla ristorazione Previsioni più incoraggianti

Previsioni più incoraggianti per il “fuoricasa”: emerge dall'ultimo Rapporto Ristorazione a cura di Fipe presentato al Circolo del Commercio di Milano.

mer: 17 milioni (che consumano almeno 2-3 pasti in un mese). Gli “heavy consumer” sono in prevalenza uomini (51,3%) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (24,8%) e residenti al Nord Ovest (29,8%). Appartengono ad un nucleo familiare composto da 3 componenti (32,3%). Gli “average” sono in prevalenza uomini (51,9%), residenti nel Centro Italia (28,9%). Appartengono soprattutto a un nucleo familiare composto da 4 componenti (26,1%). I “low consumer” sono in prevalenza donne (51,6%), di età superiore ai 64 anni, resi-

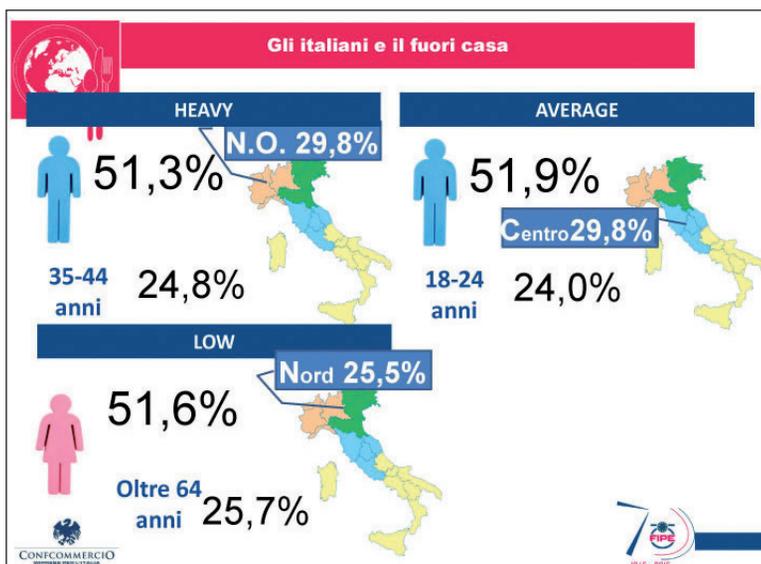


Sembra essersi interrotta la dinamica di contrazione che era iniziata nel 2008. Per il 2015, infatti, la previsione del Centro Studi Fipe è di un incremento dello 0,8% che porterà la spesa nominale a 76 miliardi di euro.

“Il Rapporto fa il punto sulla situazione dei pubblici esercizi in Italia – ha affermato Luciano Sbraga, direttore del Centro Studi Fipe - durante e dopo il lungo periodo di crisi iniziato nel 2008. L'analisi dei consumi evidenzia che il trend di crescita avviato nel 2014 si consoliderà ulteriormente quest'anno con un incremento reale dello 0,8%. Otto italiani su dieci frequentano più o meno abitualmente bar e ristoranti. Anche tra le imprese si coglie maggiore fiducia verso il futuro: nel terzo trimestre di quest'anno il sentiment è tornato ai livelli del 2007. Tuttavia il saldo tra imprese che hanno avviato l'attività e imprese che l'hanno cessata resta negativo, a conferma che la ripresa non riguarda l'intero settore”.

Profilo dei consumatori “fuoricasa”

Il 77% degli italiani maggiorenni consuma, più o meno abitualmente, cibo al di fuori delle mura domestiche sia che si tratti di colazioni, pranzi, cene o più semplicemente di spuntini e aperitivi. Sono 39 milioni di persone così segmentate: heavy consumer: 13 milioni (che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana); average consumer: 9 milioni (che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana); low consu-





Lo spazio Fipe a Host in Fieramilano (rassegna internazionale dell'ospitalità professionale) – foto di Benedetta Borsani)

denti nelle regioni del Nord Italia e appartengono ad un nucleo familiare composto da due componenti (35,2%).

Consumi “fuoricasa” infrasettimanali

5 milioni di persone ogni giorno (il 61,5% della popolazione) fa colazione fuori casa con predilezione per caffè, cappuccino e brioches e una spesa media di 2,50 euro.

12 milioni di italiani (il 66% della popolazione) pranzano fuori casa, prevalentemente al bar, per 3-4 volte durante la settimana: panino, pizza e primi piatti le proposte di maggiore preferenza. 3 milioni di italiani (59,4% della popolazione) cenano al ristorante almeno tre volte alla settimana, scegliendo soprattutto pizzerie, con una spesa di 22,40 euro. Oltre 9 milioni (il 47,7% della popolazione) si recano al bar per una pausa almeno 3-4 volte alla settimana, scegliendo soprattutto snack e gelati per una spesa complessiva di 3,20 euro.

Consumi “fuoricasa” nel fine settimana

6,6 milioni di italiani (il 63,6% della popolazione) pranza fuori casa nel weekend almeno 3 volte al mese, scegliendo soprattutto la pizza e spendendo indicativamente 18,60 euro. 7,3 milioni (il 66,8%) cenano fuori casa nel weekend almeno 3 volte al mese prediligendo ristoranti e trattorie, con una media di due portate a pasto e una spesa media di 19,10 euro.

Il mercato della ristorazione: Italia al terzo posto in Europa

In Europa la ristorazione vale 504 miliardi di euro, concentra principalmente in tre Paesi, e l'Italia si pone al terzo posto dopo Regno Unito e Spagna. In rapporto alla popolazione e a parità di potere d'acquisto, la spesa pro-capite è però in Italia del 22% superiore a quella media europea e del 33% alla spesa della Francia.

La nati-mortalità delle imprese

della ristorazione italiana

La ristorazione italiana conta 320.391 imprese suddivise in 149.085 bar e 168.289 ristoranti di varia tipologia. A fronte di una densità che in Francia è di 329 imprese per 100 mila residenti, in Germania di 198 e nel Regno Unito addirittura di 181, l'Italia presenta un indice di 440 imprese per 100 mila residenti.

Le dinamiche del valore aggiunto e dell'occupazione

Il valore aggiunto del settore sfiora i 40 miliardi di euro ed è del 19% superiore a quello dell'agricoltura e del 52% superiore al valore aggiunto dell'industria alimentare. L'input di lavoro del settore dei pubblici esercizi - misurato in unità di lavoristandard - conta oltre un milione di unità. Rispetto a sei anni fa il settore ha assorbito circa il 5% in meno del fabbisogno delle ore complessivamente lavorate. Un fenomeno

che ha interessato sia la componente del lavoro indipendente sia, soprattutto, quella del lavoro dipendente nella quale il numero delle ore lavorate è sceso di circa sei punti percentuali tra il 2008 ed il 2014.

I pubblici esercizi impiegano, in media d'anno, 680.693 lavoratori dipendenti, pari al 71% del totale nazionale del comparto del turismo. La produttività del settore è al di sotto di due punti percentuali rispetto al livello raggiunto nel 2009.

L'andamento dei prezzi

A settembre 2015 i prezzi dei servizi di ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) hanno fatto registrare una variazione dello 0,1% rispetto al mese precedente e dell'1,1% rispetto allo stesso

La mappa dei consumi alimentari fuori casa

	Consumatori	Luoghi	Prodotti	Spesa media (euro)
Colazione	61,5% 5 mln. ogni giorno	Bar caffè - Bar pasticcerie		2,50€
Pranzo	66% 12 mln. 3-4 volte a settimana	Bar caffè		11€ (tra 5€-10€ - 44,9%)
	63,6% 6,6 mln. almeno 3 volte al mese	Ristorante/ pizzeria		18,60€
Cena	59,4% 3 mln. almeno 3 volte a settimana	Pizzeria		18,20€
	66,8% 7,3 mln. almeno 3 volte al mese	Ristorante/trattoria		22,30€
Pause	47,7% 9 mln. oltre 3-4 volte a settimana	Bar		3,20€

CONFCOMMERIO IMPRESE PER L'ITALIA | FIPE 1945 - 2015

so mese di un anno fa. L'inflazione acquisita per l'anno in corso si attesta all'1,1%. Nel corso di questi ultimi anni la dinamica dei prezzi dei servizi di ristorazione è stata caratterizzata - in coerenza con il quadro generale - da una significativa moderazione: dimezzandosi, di fatto, dal 2% del 2012 all'1% di oggi.

Confcommercio Milano: passaggio importante di condivisione fra imprese e istituzioni pubbliche. Con la sua applicazione si rafforza la lotta all'abusivismo



Ortomercato: firmato a Milano in Prefettura il **Protocollo d'intesa** per la Legalità e la Sicurezza

Firmato a Milano in Prefettura con il Comune e i rappresentanti delle Associazioni il Protocollo d'intesa per la Legalità e la Sicurezza dell'Ortomercato. Con questo Protocollo – che, a regime, prevede il rafforzamento delle misure di presidio e sicurezza con l'impegno e la collaborazione degli operatori al rispetto delle regole di controllo - la Prefettura di Milano si è impegnata a garantire il supporto necessario a tutti i firmatari affinché le azioni previste dal Protocollo vengano attuate, e a convocare un tavolo di monitoraggio e mediazione per verificare il corretto adempimento degli impegni dalle parti interessate. La Prefettura di Milano, inoltre, garantirà il coordinamento delle Forze di Polizia per un capillare controllo sull'Ortomercato.

Per Confcommercio Milano “il Protocollo – ha dichiarato il segretario generale Gianroberto Costa - è un passaggio importante di condivisione, fra gli operatori commerciali dell'ingrosso e del dettaglio e le istituzioni pubbliche, di regole e comportamenti che possono garantire, con la piena applicazione dell'intesa, più sicurezza al mercato agroalimentare all'ingrosso milanese e rafforzare, in un modo che si auspica decisivo, l'azione di contrasto all'abusivismo”.

Giacomo Errico, presidente di Apeca (ambulanti) sottolinea come si tratti di “un buon accordo che ora dovrà essere applicato



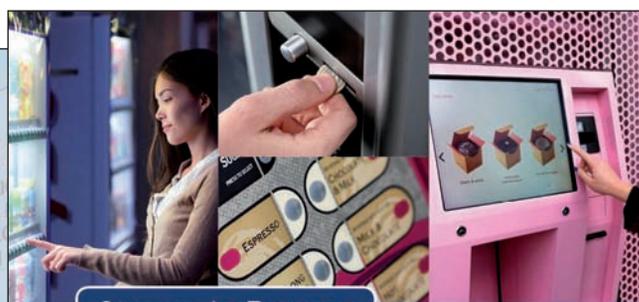
senza incertezze: troppe volte abbiamo assistito soltanto ad annunci. Sulla legalità ed il rispetto, da parte di tutti, di quanto abbiamo firmato, occorre il massimo impegno. Applicando compiutamente il Protocollo, la lotta all'abusivismo può diventare molto più efficace”.

Fausto Vasta, presidente di Ago (grossisti ortofrutta) rileva come il Protocollo sia sicuramente un importante passo avanti “perché contiene tutti gli strumenti utili e necessari per reprimere l'abusivismo commerciale, dare certezza sulla sicurezza alimentare delle merci e stroncare le brutte abitudini, riportando così l'Ortomercato a un più corretto funzionamento. Abbiamo lavorato a lungo e con convinzione in questi mesi, accettando anche impegni rilevanti per i nostri Associati, perché abbiamo bisogno di un Ortomercato che funzioni meglio. È certo, però, che servirà un notevole impegno di chi deve far rispettare le nuove regole: speriamo che, finalmente, le forze in campo siano sufficienti per trasformare in realtà gli impegni firmati”.

Gianluigi Zaffaroni, presidente del Sindacato milanese dettaglianti ortofrutticoli, evidenzia infine come il Protocollo rappresenti “una pietra miliare per il consolidamento delle relazioni fra le parti che animano e vivono l'Ortomercato. È uno strumento fondamentale per lo sviluppo della coesione tra operatori, consumatori, istituzioni; una solida base dalla quale partire per sviluppare quel sistema virtuoso ‘impresa-istituzioni’ che oggi ha bisogno di confronto e dialogo”.



Stati Generali del Vending in Confcommercio Milano: l'intervento di Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio (foto 1) e Piero Lazzari, presidente di Confida (foto 2)



COLLANA LE BUSSOLE

LA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA



Distribuzione automatica A Milano con Confida gli Stati Generali del Vending

Si sono svolti in Confcommercio Milano gli Stati Generali del Vending organizzati da Confida, l'Associazione italiana distribuzione automatica (aderente a Confcommercio). Sono intervenuti il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e il viceministro all'Economia e Finanze Luigi Casero. Il comparto della distribuzione automatica, settore con oltre 30 mila addetti ed un fatturato di filiera pari a circa 3 miliardi, ha fatto il punto sui nuovi consumi, le tecnologie innovative e le opportunità di mercato. La distribuzione automatica, rileva Confida, fa registrare applicazioni sempre più innovative con l'utilizzo di tecnologie di ultima generazione, ma è ancora fortemente legata alla tradizione del caffè espresso e alla pausa ristoro nei luoghi di lavoro. Il calo dei consumi nel 2014 è stato molto significativo, con picchi negativi per le bevande fredde e gli snack. Dall'aggiornamento dello studio di settore curato da Accenture per conto di Confida, il parco macchine installato (2014) è di circa 2.350.000 distributori automa-



2

Agli Stati Generali del Vending presentato il libro "La distribuzione automatica" della Collana "Le Bussole" di Confcommercio

Nel corso dei lavori è stato presentato il libro "La distribuzione automatica" della Collana "Le Bussole" di Confcommercio

tici di cui circa 1.600.000 riguarda le macchine OCS (piccole macchine per ufficio funzionanti a capsule e cialde), mentre la restante parte è riferita ai grandi distributori automatici di bevande calde, fredde e prodotti solidi preconfezionati. Il parco macchine mostra una diminuzione del 3% trainata dal forte calo delle macchine OCS. Si registra una sostanziale tenuta dei distributori di bevande calde (-0,1%) in linea con la tenuta della "pausa caffè". Il "caldo" rappresenta il 48% del totale delle consumazioni vending, seguito dall'OCS con una quota pari al 24%, in diminuzione negli ultimi anni. Rimangono invece equilibrati i consumi degli snack (13%) e delle bevande fredde (15%) rispetto al totale dei consumi. Dopo l'aumento dell'aliquota Iva al 10%, il settore del vending è stato interessato da uno specifico provvedimento contenuto nel decreto legislativo n. 127/2015, in attuazione della legge delega al Governo in materia fiscale: la memorizzazione elettronica e la trasmissione telematica dei dati delle cessioni di beni effettuate attraverso distributori automatici.

Accordo di Regione Lombardia ed Expo 2015 S.p.A. con i partner del sistema di rappresentanza d'impresa (tra cui Confcommercio nazionale e milanese) e la Camera di Commercio di Milano



le pubbliche amministrazioni, senza limiti territoriali. L'accordo contrattuale è stato realizzato con l'assistenza legale dello Studio Santa Maria e dello Studio Notarile Calafiori Ricci di Milano. E015 è una tecnologia standard che abilita l'interoperabilità digitale macchina-macchina, ovvero la cosiddetta "cooperazione applicativa" tra molteplici attori (sia pubblici sia privati). A partire dal suo avvio operativo, avvenuto a fine 2013, hanno già aderito a E015 oltre 500 aziende, enti ed

associazioni sull'intero territorio nazionale.

Le realizzazioni di servizi digitali già funzionanti e, soprattutto, le potenzialità che deriverebbero all'intero sistema delle imprese e delle pubbliche amministrazioni dall'uso diffuso di E015, hanno convinto Regione Lombardia a

raccogliere e rilanciare l'esperienza accumulata dalla società Expo 2015, al fianco del sistema delle imprese promotrici di E015, e di trasformarla in una priorità strategica di sviluppo, coerente con le linee guida dell'Agenda digitale italiana ed europea.

Grazie ad E015, i soggetti partecipanti hanno realizzato soluzioni integrate di diversa tipologia: siti web innovativi, applicazioni per smartphone, totem multimediali e sistemi "Internet of Things". Queste realizzazioni sono rivolte a soddisfare le esi-

Standard che integra informazioni e servizi digitali in rete

Tecnologia e innovazione: prosegue l'esperienza di E015

Regione Lombardia ed Expo 2015 S.p.A., insieme a Confcommercio, Confcommercio e Camera di Commercio di Milano, Confindustria ed Assolombarda hanno firmato in Expo un accordo per la prosecuzione del progetto "E015 Digital Ecosystem" avviato nel 2010 e sperimentato ed utilizzato per i servizi ai visitatori di Expo Milano 2015. Prosegue, quindi, l'evoluzione di una soluzione ideata e sviluppata da Cefriel-Politecnico di Milano, con grandi potenzialità nella realizzazione di servizi digitali per i cittadini, le imprese e

genze degli utenti finali in molteplici ambiti: promozione del territorio, trasporti, retail, servizi pubblici on-line al cittadino, promozione della cultura e dello spettacolo, sicurezza e gestione delle emergenze.

Con E015 Regione Lombardia ha, ad esempio, realizzato L15, un sito internet per tutti coloro che hanno voluto usufruire dei servizi in Lombardia in occasione di Expo Milano 2015, ma anche dopo l'Esposizione Universale. Su questo sito - www.L15.regione.lombardia.it - è presente il calendario di tutti gli eventi degli enti aderenti a E015 in Lombardia e si garantiscono le informazioni in tempo reale sui sistemi di mobilità (le sezioni di L15 dedicate all'infomobilità integrano orari e stato dei servizi di treni, metropolitane e aerei, disponibilità dei principali parcheggi per autovetture e gli stalli in cui è possibile trovare biciclette per il bike sharing), la disponibilità dei punti di pronto soccorso presso gli ospedali ed una serie di altre informazioni utili. I servizi comprendono anche gli eventi culturali, sportivi e fieristici, gli itinerari turistici, gli agriturismo e i negozi storici, i prodotti tipici agroalimentari (ed altro). Regione Lombardia ha anche utilizzato l'opportunità di E015 per semplificare il processo della spedizione delle merci via aereo e per condividere le

finora concretizzato, ma va oltre. Il suo lascito supera i confini temporali di Expo Milano 2015 e costituisce una preziosa eredità e un esempio virtuoso di sviluppo e innovazione per l'intero Paese, in uno schema di collaborazione tra istituzioni pubbliche, imprese ed università.

Il coordinamento del Progetto E015 per conto di tutti i promotori, dal 2010 ad oggi, è stato a cura di Pietro Guindani e di Giorgio Rapari.

"Il successo di Expo - ha detto Carlo Sangalli, presidente della



Realizzazioni con E015

E015 è basato sull'utilizzo di standard tecnologici condivisi e di regole di collaborazione comuni e rappresenta un caso reale e operativo di "API Economy". Pertanto E015 è un ecosistema aperto a tutti e in continua evoluzione. Per essere aggiornati sui vari contributi che gli aderenti continuamente predispongono è possibile consultare il sito E015 al link <http://www.e015.expo2015.org/>

Alcune realizzazioni web E015.

Promozione del territorio: "L15 - Vivi la Lombardia" - <http://l15.regione.lombardia.it>; *trasporti:* Portale Mobilità Milano - <http://www.muoversi.milano.it/>; *retail:* Exposition - Events around you - <http://www.epson.it/exposition>; *cultura e spettacolo* - Oltre Expo - Palinsesto eventi culturali www.eventiculturalioltreexpo.regione.lombardia.it; *sicurezza e gestione emergenze* - Cruscotto emergenze (applicazione ad uso interno).

Alcune realizzazioni mobile E015 per smartphone: Aeroporti Milano; Infoblu traffic for Expo; FieraMilano; RCS - City1Tap.

informazioni nella gestione delle emergenze tra gli enti coinvolti nella sicurezza del territorio.

Per Regione Lombardia l'ecosistema digitale E015 ha un potenziale enorme che si inserisce pienamente nelle strategie per lo sviluppo infrastrutturale del territorio. Ad E015 si potranno collegare non solo la viabilità, ma anche il sistema sanitario e la sicurezza, in un'ottica di gestione integrata dei servizi offerti.

Il valore del progetto E015 non si limita alla validità di quanto

Camera di Commercio di Milano - si misura anche dall'eredità immateriale che si lascia alle spalle, E015 è una delle più rilevanti. Questo ecosistema digitale, che facilita lo scambio di dati e applicazioni tra imprese e tra imprese e Pubblica amministrazione, è oggi pienamente operativo e destinato a essere implementato nell'immediato futuro. E015 è una best practice anche nella sua evoluzione. Nato ai tavoli tematici di Expo è stato poi realizzato grazie a un'alleanza tra soggetti pubblici e privati ed è un primo passo concreto verso la smart city. E015 è tuttavia come un'auto di grandi prestazioni che, per correre, ha bisogno di strade adeguate. Proprio per questo diventa più che mai urgente avviare nel nostro Paese l'introduzione della banda ultra larga".

"Confcommercio - ha affermato il vicepresidente Lino Stoppani - crede fortemente nella diffusione dell'ecosistema digitale di E015 per migliorare la propria capacità di fare rete sull'intero territorio. Uno standard applicativo riconosciuto da tutta la nostra articolata struttura può infatti apportare rilevanti vantaggi nella condivisione di informazioni, servizi e iniziative. E015 è un patrimonio assolutamente da non disperdere".

"L'accordo che abbiamo firmato è molto importante - ha sottolineato il vicepresidente di Confcommercio Milano Simonpaolo Buongiardino - perché il progetto 'E015 Digital Ecosystem', frutto di un grande lavoro comune di anni, costituisce l'eredità - che dobbiamo saper trasmettere a tutto il sistema imprenditoriale - di quest'eccellenza progettuale sviluppata per Expo, ma che ora deve proseguire con la più ampia diffusione dello standard E015: sia nelle soluzioni realizzate dalle imprese sia nel dialogo da parte degli imprenditori con la Pubblica amministrazione".

UNIONE

premia la tua

FEDelta

Per il sesto anno consecutivo continua l'iniziativa dedicata
a Te socio che sei Fedele
alla nostra *Organizzazione*

Per le imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni, a titolo di **PREMIO FEDelta***, Unione Confcommercio riserva ulteriori condizioni esclusive all'interno di alcune **convenzioni bancarie** sottoscritte con i principali istituti di credito.

Il **PREMIO FEDelta**' è un contenuto esclusivo delle convenzioni stipulate con:

BANCA SELLA
BANCA POPOLARE DI VICENZA
CREDITO ARTIGIANO
HOBEX
INTESA SANPAOLO
MONTE DEI PASCHI DI SIENA
VENETO BANCA

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

* per **associato fedele** si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 (tre) anni (per l'anno 2015 le annualità si riferiscono agli anni 2013/2014/2015).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

UNIONE CONFCOMMERCIO: NUOVE CONVENZIONI BANCARIE

MONTE DEI PASCHI DI SIENA

offre condizioni economiche particolari ai soci su: conto corrente, affidamento in conto corrente, servizio incasso ricevute bancarie elettroniche, commissioni carte di credito, corporate internet banking, servizio pos Mpsshop (pos fisso e mobile, con possibilità di accettare i buoni pasto elettronici senza ulteriori commissioni).



Monte dei Paschi di Siena aderisce al progetto "Unione premia la tua fedeltà" (vedi la pagina di fronte n.d.r.): per le imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni, a titolo di Premio fedeltà, Unione Confcommercio riserva ulteriori condizioni esclusive all'interno di alcune convenzioni bancarie sottoscritte con i principali istituti di credito.

Il Premio fedeltà è un contenuto esclusivo delle convenzioni stipulate con: Banca Popolare di Vicenza, Banca Sella, Credito Artigiano, Intesa Sanpaolo, Veneto Banca. E da questo mese anche con Monte dei Paschi di Siena e Hobex



HOBEX abbraccia il progetto "Unione premia la tua fedeltà" rinnovando la convenzione e offrendo condizioni migliorative sulle com-

missioni delle carte di credito e debito. Ad esempio le attività commerciali e i pubblici esercizi soci fedeli, potranno beneficiare di queste commissioni (vedi qui sotto).



COMMISSIONI *SOCI FEDELI

	Commissioni in %	Costi di transazione in €
Maestro e V-Pay	0,45	0,05
VISA e Mastercard EU Consumer	0,80	0,05
VISA e Mastercard EU Commercial	1,50	0,05
VISA e Mastercard International	1,95	0,05
JCB e Union Pay	1,95	0,05

Si applicano Tx € 0,10 per i settori seguenti:

Souvenir e regalo, alimentari, bar, cafeteria, gelateria, kebab, pizza al taglio, hamburgeria, libri e giornali e cartoline, tabaccheria, parucchiere, ferramenta, materiale edile, commercio animali, fornitura per la casa, fiori.

CANONE DI GESTIONE ANNUALE (inclusa installazione ed assistenza)

Terminale fisso € 99,00
Terminale Bluetooth € 150,00
Terminale GPRS € 238,00



Promo.Ter Unione

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



UNI EN ISO 9001:2008
CERTIFICATO n°628



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

LE NOSTRE PAROLE CHIAVE PER LA SICUREZZA



SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

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

IGIENE DEGLI ALIMENTI

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

PRIVACY

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

... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

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

ENERGIA & AMBIENTE

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



Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 77.50.895

L'accordo di libero scambio tra Stati Uniti ed Europa al centro del dibattito a Milano con Aice e Delegazione Confcommercio a Bruxelles



TTIP: l'impatto sulle piccole e medie imprese

Milano Aice (l'Associazione italiana commercio estero), in collaborazione con la Delegazione Confcommercio a Bruxelles (con Alberto Marchiori, moderatore dell'incontro) ha promosso un convegno legato al tema dell'accordo di libero scambio tra Unione Europea e Stati Uniti, il cosiddetto TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership) ed alle conseguenze che l'intesa potrà avere per le microimprese e i settori strategici per l'economia italiana (gli accordi di libero scambio sono stati anche al centro dell'iniziativa, promossa dal Gruppo I – Imprenditori del Comitato Economico e Sociale Europeo/CESE – ed ospitata da Aice: *vedi a pag. 22 n.d.r.*).

Il convegno è stato aperto dal presidente di Aice Claudio Rotti, il quale ha affermato come qualsiasi tipo di collaborazione, soprattutto con gli Stati Uniti, non possa essere che interessante e volta a intensificare i rapporti già esistenti e ben avviati durante gli ultimi anni. In particolare, è stata evidenziata l'importanza di questa sfida per creare nuovi posti di lavoro, crescita costante e attrarre investimenti esteri. Potenzialmente, con la firma dell'accordo il Pil italiano aumenterebbe, al netto dell'inflazione, di 5,6 miliardi di euro e l'occupazione in Italia di circa 30mila unità. Parere positivo al trattato è stato espresso anche dal direttore del settore commercio internazionale di Eurocom-

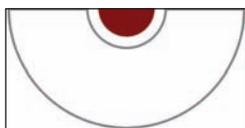
merce, Ralph Kamphöner, il quale ha sottolineato l'importanza che potrà avere, ad esempio, l'abbattimento dei dazi per alcuni settori chiave dell'esportazione italiana, come quelli del fashion e del food.

E David Doninotti, segretario generale Aice, ha ribadito il sostegno all'accordo puntando sull'armonizzazione delle regole ed evidenziando i risultati di alcuni studi che prevedono un incremento potenziale del Pil europeo e americano rispettivamente dello 0,5 e 0,6%.

L'incontro si è rivelato un momento di confronto tra le principali forze politiche italiane presenti al Parlamento Europeo, le quali hanno espresso posizioni differenti, non solo sul TTIP, ma anche sull'intera strategia di politica commerciale della Commissione Europea. Scetticismo da Tiziana Beghin (europarlamentare del Movimento 5Stelle) e Claudio Borghi Aquilini (responsabile federale del Dipartimento Economia e attività produttive della Lega Nord). Decisamente più favorevole alla firma del trattato Alessia Mosca (europarlamentare del Partito Democratico). Per Salvatore Cicu (europarlamentare di Forza Italia) il TTIP potrà essere efficace solamente se il livello di protezione dei cittadini europei non subirà variazioni.

Ai lavori intervennero anche di Giacomo Mattinò, capo dell'unità EEN e internazionalizzazione delle pmi alla Commissione europea e di Sunil K. Ravi, console per gli Affari economici Usa a Milano (entrambi favorevoli alle potenzialità del trattato).

UNIONE CONFCOMMERCIO: FLASH AGGIORNAMENTO CONVENZIONI



COGESTA SrL dispone di strutture temporanee per il business e la ricettività. Oltre alle condizioni offerte in convenzione, per il mese di gennaio 2016 propone in

promozione gli spazi **Borgonuovo Eventi**, location esclusiva e ideale per ospitare "temporary events": shop, showroom, mostre, press e open day.

Una settimana gratuita, a fronte di 4 settimane, oppure sconto del 10% sul corrispettivo per 2 settimane di utilizzo delle sale Verdi e Brera (salvo disponibilità).

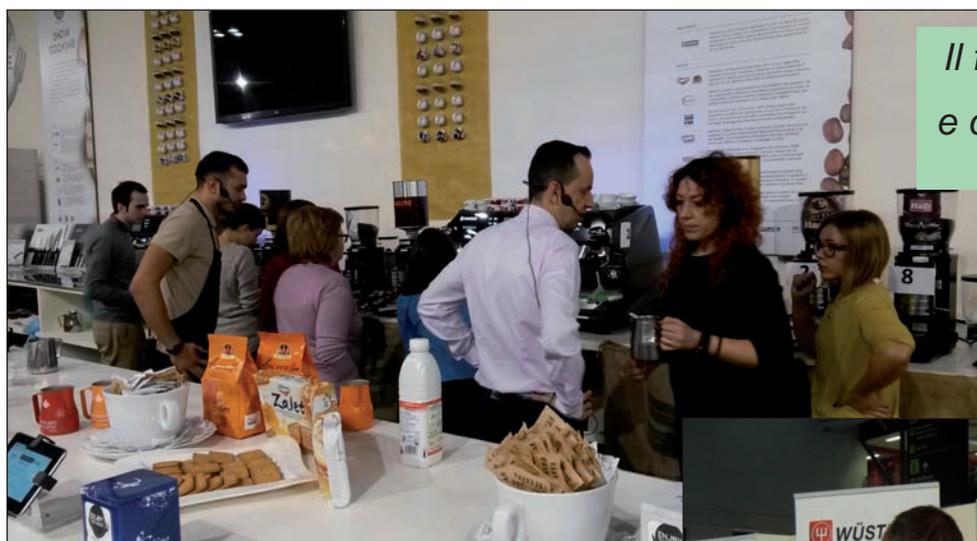
L'inverno si avvicina ed occorre ricordarsi dell'obbligo delle catene a bordo o di avere pneumatici invernali.

Verificare le proposte di convenzione per la sostituzione di pneumatici invernali e le promozioni in corso del **GRUPPO**

CONTINENTAL e del **SUPERMERCATO DEL PNEUMATICO**



Scopri su www.unionemilano.it tutte le **nuove convenzioni** e **promozioni**, con molteplici opportunità di risparmio per l'impresa e i propri collaboratori



Il format ideato da Art (Arti della Tavola e del Regalo) e Altoga (torrefattori)



“Enjoy The Table” chiude con il B2B a Host il percorso 2015

Si è concluso a Host in Fieramilano (la rassegna internazionale dell'ospitalità professionale) il percorso di “Enjoy The Table” per il 2015, il format ideato dalle Associazioni Art (Arti della Tavola e del Regalo) e Altoga (torrefattori) e promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Il progetto di “Enjoy The Table” si è sviluppato con gli appuntamenti B2B alle manifestazioni fieristiche Tutto Food, Homi, Host e con l'evento per il grande pubblico a giugno nel Castello Sforzesco di Milano (inserito nel calendario di ExpoInCittà).

Numerosi gli appuntamenti che hanno scandito le giornate di “Enjoy The Table” ad Host: show cooking con chef stellati Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi); Latte Art con i maestri della Professional Coffee Academy, momenti di dibattito e di formazione sul mondo del caffè e della sana alimentazione



con Ente Mutuo (l'Ente di assistenza sanitaria integrativa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) e Humanitas. “Enjoy The Table” è stato reso possibile dall'apporto delle numerose aziende associate partecipanti.

Per Art: Alessi, Ballarini 1889, Bugatti, Carpino, De Gasperi, Edg, Galbiati, Ivv, L'Abitare, Lsa International, Maino Magimix, Maino Mauviel, Onylux-Rogaska, Viceversa, Villeroy&Boch, Wüsthof.

Per Altoga: Anfim, Arc, Bonomi, Caffex, Caffè Picchio, Il Caffè della Terra, Fast Zuccheri, Hardy, Ipa, Milani, Mokaor, Moka Kenya, Mokito, Musetti, Ottolina, Pulycaff, Rancilio Group, Scatolificio Mm, Verve.

Tra le aziende e gli enti che hanno contribuito ad “Enjoy The Table”: Aicaf, Andid (Associazione nazionale dietisti); Corvasce Design (per gli arredi); Bsh Siemens (per i grandi elettrodomestici utilizzati durante gli show cooking); EBiTer Milano (l'Ente bilaterale milanese del terziario); Eco Sistema Digitale E015, Ente Mutuo, Fipe, Galbusera (che ha offerto biscotti e snack salati); International Coffee Academy; Peugeot Professional.



Nella cornice di “Enjoy The Table” si è svolto ad Host il quarto Gran premio della caffetteria italiana, organizzato da Altoga insieme ad Aicaf (Accademia italiana maestri del caffè): primo classificato Gianni Cocco, lombardo di adozione, con il suo “Extreme Experience”. Giovanissimi ed entrambi di Barletta i classificati al secondo e terzo posto: rispettivamente Pasquale Dileo con “Ricordi” e Marcello Del Grosso con “Mandarinetto Soul”.

Foto di “Enjoy The Table” ad Host di Benedetta Borsani

A favore dei dipendenti delle aziende che applicano integralmente il Contratto del terziario

Con EBiTer Milano contributi per i costi degli asili nido

EBiTer Milano, l'Ente bilaterale territoriale del terziario, eroga per l'anno scolastico 2015-2016 un contributo forfetario (stanziamento complessivo: 1 milione di euro) a favore dei dipendenti delle aziende del terziario, della distribuzione e dei servizi che applicano integralmente il Contratto nazionale. Sono soggetti beneficiari del contri-



buto i lavoratori a tempo indeterminato, gli apprendisti e i lavoratori a tempo determinato (con un contratto di lavoro non inferiore a 12 mesi). Il contributo verrà riconosciuto per il periodo 1 settembre 2015-31 luglio 2016 e sarà pari al 10% del costo di frequenza effettivamente sostenuto da ogni bambino, con un massimale di 500 euro.

La domanda per richiedere il contributo potrà essere trasmessa a EBiTer Milano nelle modalità previste: per tutte le informazioni consultare il sito di EBiTer Milano <http://www.ebitermilano.it> (dopo il 15 novembre).

*Tutte le informazioni
sul sito dell'Ente bilaterale
www.ebitermilano.it*



ASSONIDI
ASSOCIAZIONE
ASILI NIDO
E SCUOLE
DELL'INFANZIA

*Il nido
non è un parcheggio
scegli la tua struttura*

ASSONIDI

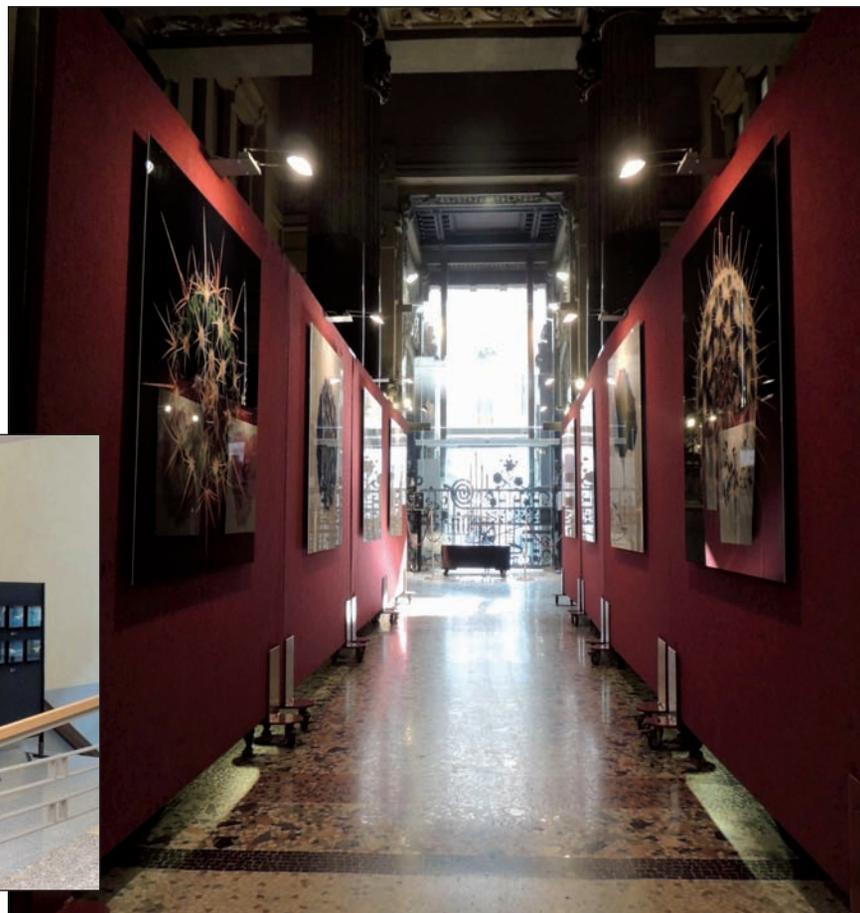
www.assonidi.it

SISTEMA INTEGRATO DI EDUCAZIONE: **INCONTRO ASSONIDI** AL CIRCOLO DEL COMMERCIO DI MILANO

Un incontro di approfondimento – con un'ampia partecipazione - per i titolari di asili nido, ma anche per i pubblici amministratori di Milano e hinterland: lo ha promosso Assonidi (l'Associazione degli asili nido e delle scuole dell'infanzia privati) al Circolo del Commercio di Milano sul tema "Istituzione del sistema integrato di educazione e istruzione dalla nascita fino ai 6 anni". Relatori: Federica Ortalli (presidente Assonidi); Francesca Puglisi (componente della 7^a Commissione permanente del Senato - Istruzione pubblica, Beni culturali) relatrice del disegno di legge 1260: "Disposizioni in materia di sistema integrato di educazione e istruzione dalla nascita fino ai sei anni e del diritto delle bambine e dei bambini alle pari opportunità di apprendimento"; Elena Centemero (componente della 1^a Commissione della Camera (Affari Costituzionali, della Presidenza del Consiglio e Interni). (AL)

Il recente intenso percorso di mostre in Confcommercio Milano e al Circolo del Commercio

Castiglioni e Bovara: i palazzi della fotografia



Le foto di queste pagine sono di Benedetta Borsani



“La città che cambia” è un percorso fotografico nato dalla personale “Milano tra le due guerre - alla scoperta della città dei Navigli attraverso le foto di Arnaldo Chierichetti” - mostra fortemente voluta dalla figlia Elda per festeggiare i cento anni del

Milano “La città che cambia” Le foto di Arnaldo Chierichetti

Al Circolo del Commercio di Milano (Palazzo Bovara) la mostra fotografica dell'antesignano fotoreporter Arnaldo Chierichetti “La città che cambia”, inserita all'interno degli eventi di Photofestival 2015 e organizzata in sinergia con la Consulta della Cultura di Confcommercio Milano. Roberto Mutti, direttore artistico di Photofestival, e Stefano Galli, responsabile dell'archivio fotografico Chierichetti, ne hanno curato la serata di inaugurazione.

negozio ereditato dal padre, l'Ottica Chierichetti di corso di Porta Romana 74 - e a sua volta rimasta esposta a Milano lo scorso anno, a Palazzo Morando. 150 fotografie scelte - con la collaborazione di Spirale d'idee - tra le migliaia dell'archivio personale del padre: com'era (e com'è oggi ancora, a ben vedere) Milano, nel periodo delle ricostruzioni tra le due guerre del secolo scorso. L'archivio Chierichetti - da cui sono tratti gli scatti esposti in entrambe le mostre - raccoglie oltre 1.800 fototipi, scattati dagli anni '10 fino al secondo dopoguerra: una preziosa testimonianza da preservare in cui Chierichetti ha immortalato la vita milanese attraverso un'attenta analisi dei cambiamenti sociali e delle evoluzioni urbanistiche della città. (BB)

Photofestival e le mostre a Palazzo Castiglioni

A Palazzo Castiglioni, sede della Confcommercio milanese, numerose le mostre fotografiche nell'ambito della sessione autunnale di Photofestival: "Fuori dall'ombra e nel tempo" di Corrado Pastore; "Atomismo" di Fabio Zonta; "Il sapore delle immagini" di Giuseppe Pisacane e le esposizioni di autori vari "Chiuso per crisi - Save the bees" (Panorami contemporanei 2015) e "Donne elettriche - Luce nutrimento energia". Fotografie di alcune di queste mostre sono qui pubblicate.



"Incontri di strada - L'occhio della mente" di Amleto Dalla Costa

Promossa dalla Consulta della Cultura di Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione, il Circolo del Commercio di Milano (Palazzo Bovara) ha ospitato la mostra di fotografie, trattate con tecnica pittorica, di Amleto Dalla Costa (foto): "Incontri di Strada - l'occhio della mente". All'inaugurazione presentazione critica del professor Stefano Crespi.



Compravendite immobili commerciali: segnali di ripresa del mercato milanese

Primi segnali positivi a Milano nel 2015 per il mercato delle compravendite legate ai settori terziario e commerciale (uffici ed istituti di credito, negozi, centri commerciali e alberghi): sono state 2 mila le compravendite nei primi sei mesi dell'anno, +10,8% rispetto allo stesso periodo del 2014. Cresciuti soprattutto gli scambi di negozi (+13%) seguiti dagli uffici (+6,5%). Questi alcuni dei riscontri emersi da un'elaborazione della Camera di Commercio di Milano su dati Agenzia delle Entrate - Osservatorio Immobiliare 2015 e 2014, illustrati a Milano in occasione del convegno "Efficienza e attrattività del mercato immobiliare. Strumenti per agevolare il ritorno degli investitori".

I prezzi di negozi e uffici a Milano. Tornano alla stabilità i prezzi di negozi e uffici nei primi sei mesi del 2015: quelli dei negozi crescono leggermente con una media del +0,3% in città, +1,1% in centro, mentre per gli uffici direzionali c'è stabilità, -0,6%, con una maggiore tenuta in zona circonvallazione. Ma rispetto ai picchi raggiunti, i prezzi di compravendita a Milano città registrano un calo del 9,6% per gli uffici direzionali e del 7% per i negozi. Emerge da un'elaborazione della Camera di Commercio di Milano attraverso l'azienda speciale TeMA (Territori, Mercati e Ambiente) su dati TeMA e FIMAA Milano Monza & Brianza (l'Associazione degli agenti immobiliari e d'intermediazione aderente alla Confcommercio milanese).

I canoni di locazione a Milano. Rispetto ai massimi del primo semestre 2003 i canoni di locazione degli uffici direzionali hanno avuto una notevole contrazione (-26,3%),



Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Monza & Brianza

Con FIMAA Milano Monza & Brianza il convegno della Camera di Commercio di Milano (azienda speciale TeMA - Territori, Mercati e Ambiente)

anche se nelle zone più centrali della città (centro e Bastioni) la loro diminuzione si è arrestata nel corso dell'ultimo semestre. Sia

i canoni di locazione dei negozi in genere sia quelli dei negozi in vie commerciali (calati rispettivamente del 27,1 e del 15,4% rispetto ai picchi) evidenziano decrescite nel corso dell'ultimo semestre solo nelle zone più esterne della città, mentre tengono in quelle più centrali.

"La dinamicità registrata da alcuni semestri sul fronte residenziale si sta estendendo anche al mercato 'corporate': assolutamente allineato con questo trend è anche l'ultimo nostro 'Sentiment del mercato immobiliare' nel quale gli agenti immobiliari associati descrivono un mercato milanese che si sta lentamente normalizzando - ha dichiarato Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Monza & Brianza - In termini quantitativi, si prevede che nel 2015 gli investimenti immobiliari 'business' saranno il doppio di quelli del 2014. Inoltre, la comparsa di investitori stranieri core è il dato più eloquente di un riacceso interesse immobiliare per la nostra città da parte del mercato internazionale". (SM)



IN CONFCOMMERCIO MILANO AICE (ASSOCIAZIONE ITALIANA COMMERCIO ESTERO), CON IL PRESIDENTE CLAUDIO ROTTI, HA OSPITATO IL CONVEGNO "IL RUOLO DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE NELLA REINDUSTRIALIZZAZIONE DELL'EUROPA" promosso dal Gruppo I - Imprenditori del Comitato Economico e Sociale Europeo (CESE). Tema dell'iniziativa (di grande attualità con la sigla del TPP - Trans Pacific Partnership e le trattative sul TTIP - Transatlantic Trade and Investment Partnership): gli accordi di libero scambio quali strumento per lo sviluppo del commercio internazionale. Al convegno hanno partecipato delegati dei vari Paesi Ue. La Delegazione europea, composta da 40 Consiglieri del CESE, era guidata da Jacek Krawczyk, presidente del Gruppo I degli Imprenditori (di cui Confcommercio fa parte). E' intervenuto all'iniziativa Maurizio Bernardo, presidente della Commissione Finanze della Camera dei deputati.



Torna a crescere quest'anno il mercato It

Assintel Report 2015: festeggiati i 10 anni a Milano in Smau

Presentato a Milano l'Assintel Report 2015, la ricerca sul mercato del software e servizi It in Italia effettuata da Nextvalue per conto di Assintel, l'associazione delle imprese Ict di Confcommercio. Il mercato It quest'anno è tornato a crescere (+1,7%) con una ripresa per buona parte merito del software (+2,7%), mentre risalgono la china, ma restano lievemente negativi, hardware (-0,8%) e i servizi It (-1%). Continua la crescita della digital economy: le applicazioni di digital marketing segnano un +31%, il cloud cresce del 20%, internet of things +16,7%, business intelligence, "analytics" e big data +7,3%. La spesa It cresce oltre il 3% nelle medie e grandi imprese: soprattutto per banche (+3,7%), assicurazioni (+3,4%), utility (+4,3%), tlc (+3,5%). Ancora al palo il consumer (-1,1%) e i mercati legati alla Pubblica amministrazione (-2,5%).

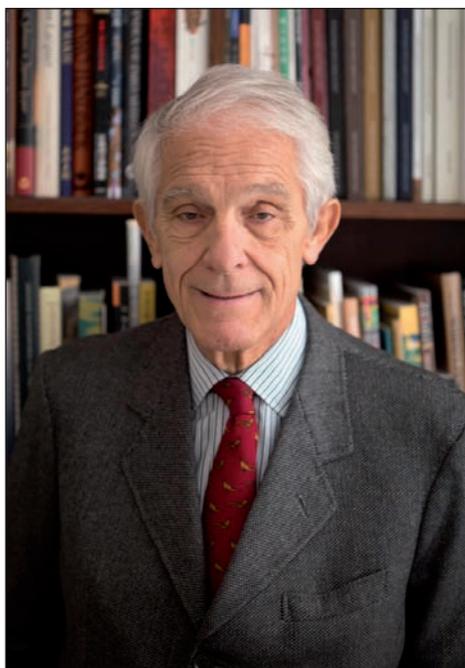


Da sinistra Giorgio Rapari (presidente Assintel) con Antonio Samaritani, direttore generale dell'Agenzia per l'Italia digitale, intervenuto in Smau all'evento per l'Assintel Report 2015 (vedi sopra anche l'immagine del suo intervento) - foto di Giovanni Collinetti

Ed assegnati gli "Assintel Award"

Assintel Report ha festeggiato quest'anno il decimo anniversario con un evento in Smau e tre aziende hanno ottenuto il riconoscimento per gli Assintel Award: aKite (marchio dell'azienda veneta Bedin Shop Systems, prima classificata nella categoria "apertura nuovi mercati esteri" con il progetto "aKite: il primo SaaS per i Negozi"); Darwin Technologies (azienda siciliana, prima classificata per la categoria "sviluppo prodotto di successo" con il progetto Omnia School Innovation) e Nica (azienda It campana, prima classificata nella categoria

"Innovazione nel processo di relazione con il cliente" con il progetto "NUVOLA, Winwaste.net integrated"). "L'Assintel Award ha voluto lanciare un messaggio forte al mondo imprenditoriale e istituzionale: l'ecosistema delle piccole imprese dell'It è di altissimo livello e deve essere valorizzato su tutto il territorio": così Giorgio Rapari, presidente di Assintel.



Domenico Piva

*Un ritorno alla presidenza dell'Associazione:
"riportare Milano
ad essere protagonista del mondo antiquario"*

Antiquari milanesi Domenico Piva presidente

E' Domenico Piva il nuovo presidente dell'Associazione antiquari milanesi (Confcommercio Milano). Vicepresidenti: Michele Subert e Fabrizio Pedrazzini. Consiglieri: con Pedrazzini, Alessandro Biffanti, Umberto Campi; Isabella Danesini, Luca Gracis, Paul Nicholls, Arnaldo Pavesi, Enzo Savoia, Carlo Teardo. Per Domenico Piva – imprenditore con una vasta e consolidata esperienza professionale – si tratta di un ritorno alla presidenza dell'Associazione antiquari milanesi: "con l'obiettivo – afferma – di riportare Milano ad essere protagonista del mondo antiquario".

A Milano e provincia (fonte: Camera di Commercio) sono 263 i negozi d'antiquariato. Domenico Piva ha aperto la sua prima galleria a Milano in via Sant'Andrea: strada alla quale rimarrà affezionato muovendosi in tre diversi spazi espositivi. Attualmente la galleria (che espone anche nelle più importanti rassegne italiane ed internazionali) ha a Milano due sedi: via Bigli e via San Giovanni sul Muro (condotta dal figlio Tomaso). I Piva trattano prevalentemente arte e arredi del Settecento veneziano e lombardo, pur spaziando in tutti i campi dell'antiquariato; negli ultimi anni si è accen-

tuato l'interesse per la pittura e la scultura. Domenico Piva è stato anche segretario generale dell'Associazione antiquari d'Italia e presidente della Federazione italiana mercanti d'arte.

*Iniziativa a Roma
nella Biblioteca della Camera*

Ancic: seminario per le imprese di informazioni commerciali

Nella suggestiva cornice della Biblioteca della Camera dei Deputati si è svolto a Roma il seminario organizzato da Ancic (l'Associazione nazionale delle imprese di informazioni commerciali e gestione del credito) sul tema "Le società di informazioni commerciali per la crescita e lo sviluppo dell'economia del Paese e delle imprese". L'evento si è rivolto, in particolare, ai titolari di licenze di informazioni commerciali per il rinnovo triennale dell'autorizzazione allo svolgimento dell'attività (D.M. 56/2015 che ha modificato il D.M. 269/2010).

Il presidente di Ancic Cosimo Elia, aprendo i lavori, ha posto l'accento sul contributo offerto dalle imprese di informazione commerciale alla trasparenza del mercato ed al contrasto alla criminalità economica. Fra gli intervenuti Vincenzo Acunzo (Dipartimento di Pubblica Sicurezza del Ministero dell'Interno)



**Seminario Ancic alla Biblioteca di Montecitorio:
l'intervento del presidente Cosimo Elia e la platea**

che ha illustrato l'evoluzione della normativa, e Daniele De Paoli (direttore del Dipartimento realtà economiche e produttive del Garante della Privacy) che ha presentato il Codice deontologico per le

informazioni commerciali frutto di un lavoro quinquennale e nel quale vi è un complesso di regole la cui osservanza costituirà, dal 1° ottobre 2016, condizione essenziale per la liceità e correttezza del trattamento dei dati personali. Il Codice è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale proprio il giorno dell'iniziativa Ancic (13 ottobre) ed ha ricevuto l'approvazione del Ministero della Giustizia (per la sua allegazione al Codice in materia di protezione dei dati personali).

Presentati i dati dell'Asseprim Focus Survey 2015



Umberto Bellini, presidente Asseprim



Gestione del rischio in azienda elemento ancora sottovalutato

Al Circolo del Commercio di Milano, in collaborazione con Bernoni Grant Thornton, Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali per le imprese) ha promosso il convegno "L'impatto del rischio nelle imprese italiane: conoscerlo per governarlo". Durante i lavori sono stati presentati i dati della Asseprim Focus Survey 2015, quest'anno dedicata al tema della gestione del rischio di impresa (vedi anche *Unioneinforma* di settembre a pag. 28 n.d.r.).

Campione della ricerca: 123 aziende coinvolte (pmi per oltre il 90%) appartenenti soprattutto al settore della consulenza aziendale (41%), ai servizi assicurativi (14%) e finanziari (14%).

Tra gli intervistati: il 59% ceo; il 13% cfo; il 3% responsabili della sicurezza aziendale, il 2% responsabili dei rischi aziendali.

La ricerca è stata innanzitutto finalizzata a comprendere il grado di conoscenza, consapevolezza e le misure adottate dalle imprese, operanti nel comparto dei servizi professionali - nella prevenzione e nella gestione del rischio. Primo dato emerso: il 41% delle imprese non ha mai considerato l'idea di introdurre un metodo di gestione dei rischi: non solo come sistema, ma anche soltanto come filosofia aziendale.

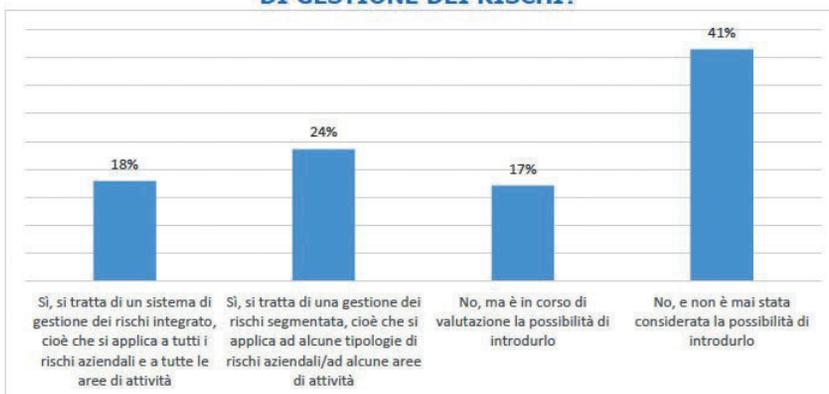
Inoltre, il 58% delle pmi non ha mai preso in considerazione la possibilità di formalizzare un metodo di gestione dei rischi e, se l'ha fatto, è stato spinto da motivazioni legate ad obblighi normativi più che a gestione, protezione e immagine dell'impresa. Nel definire la struttura e l'articolazione del sistema di gestione dei rischi, il 39% delle aziende ha sviluppato internamente un piano senza far riferimento a standard/linee guida e senza avvalersi di consulenti esterni.

Coerentemente, l'Asseprim Focus Survey, ha fatto emergere una pressoché totale assenza di personale specializzato nella supervi-

sione del sistema nei controlli, nonché mancanza di strumenti specifici e carenza di informazioni ai vertici. Solo un terzo degli intervistati ha, tra le proprie risorse, una persona dedicata al tema. A confortare c'è, però, il fatto che, tra le tante possibili motivazioni che potrebbero portare le aziende a introdurre un metodo di gestione dei rischi, l'attenzione all'efficienza e all'efficacia aziendale (82%) sembrerebbe avere la prevalenza sugli aspetti normativi (46%), specie per le piccole imprese.

Il rischio è parte integrante del fare impresa ed è un fenomeno che si amplia con il crescere dell'azienda e della sua continuità. "La

LA VOSTRA IMPRESA HA STUDIATO E FORMALIZZATO UN METODO DI GESTIONE DEI RISCHI?



capacità di identificare, selezionare, misurare e gestire i rischi diventa un'importante leva gestionale per l'azienda al fine di poter cogliere le opportunità di business compatibili con il profilo di rischio prescelto - ha ricordato Umberto Bellini, presidente di Asseprim - la possibilità di attuare interventi di gestione del rischio non è motivata solo da esigenze normative, ma anche dall'eventuale ottenimento di benefici economici, patrimoniali e di immagine che salvaguardano l'azienda e gli amministratori dai rischi collegati". (VB)

Il 28/11 con il progetto "Ristrutturiamo e riqualifichiamo il patrimonio edilizio italiano"

Distribuzione edile: arriva il 33° meeting Federcomated/Ascomed Milano



Giuseppe Freri, presidente Federcomated e Ascomed Milano

Sabato 28 novembre in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Colucci, inizio alle 14.30) è in programma il 33° Meeting associativo Federcomated/Ascomed Milano (la Federazione nazionale e l'Associazione milanese Confcommercio dei distributori di materiali per l'edilizia) dal titolo "Scenari distributivi. Ristrutturiamo e riqualifichiamo il patrimonio edilizio italiano".

È un appuntamento di particolare rilevanza: dopo l'introduzione ai lavori del presidente di Federcomated e Ascomed Milano Giuseppe Freri, l'analisi del progetto "Ristrutturiamo e riqualifichiamo il patrimonio edilizio italiano" è condotta da Claudio De Albertis (presidente Ance, Associazione nazionale costruttori edili) e Leopoldo Freyrie (presidente Cnappc, Consiglio nazionale architetti, pianificatori, paesaggisti e conservatori). È previsto poi il confronto – presente Graziano Del Rio, ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti – tra il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e il presidente di Confindustria Giorgio Squinzi. L'evento della distribuzione edile si conclude con una cena di gala (a inviti) presso il Circolo del Commercio con la premiazione di figure imprenditoriali e professionali.

ASSOTEMPORARY: IL NUOVO DIRETTIVO

Assemblea generale, in Confcommercio Milano, di Assotemporary (l'Associazione italiana dei temporary shop, showroom, business center, spazi eventi e servizi connessi) con l'elezione del nuovo Consiglio direttivo e una parte pubblica dedicata al convegno "Temporary spaces: segni del futuro...".

Ecco i componenti del Consiglio direttivo di Assotemporary eletti dall'assemblea: Emanuele Arpini, Annamaria Carpentier, Maria Cristina De Zuccato, Nicola Gisonda, Anita Lissone, Roberto Mari, Maria Antonia Menada, Luca Pasqualotto, Paolo Putrino, Paco Salvini.



informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

PER LA PUBBLICITÀ:
marketing@unione.milano.it
Tel. 02 7750 372

AUTORIZZAZIONE TRIBUNALE
di Milano -
n. 190 del 23 marzo 1996
Poste Italiane s.p.a - spedizione in
A.P. - D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/04 n. 46) - art. 1,
comma 1- DCB Milano.

“Automotive: ripresa o ripresina?”: a Milano l’iniziativa di **Federmotorizzazione** Confcommercio

L'auto resta un bene centrale negli spostamenti degli italiani: sono 29 milioni le persone che, nel nostro Paese, si spostano quotidianamente per lavoro o per studio e più del 71% degli spostamenti per lavoro avviene con l'automobile. Ma l'auto è anche un bene più difficile da acquistare per i giovani: nel 2007 il 13,8% del mercato privato era appannaggio di utenti di età compresa fra i 18 e i 29 anni. A distanza di 8 anni questa quota è scesa all'8%. Di contro, già nel 2014 il 39% delle immatricolazioni riguardava persone con più di 50 anni di età e tra il 2008 e il 2013 il numero delle “patenti attive” nella fascia più anziana della popolazione è cresciuto del 50%. Auto “anziana” anche come parco circolante: sugli oltre 37 milioni di veicoli il 50% delle autovetture ha più di 10 anni di vita – il 30% tra Euro 0, 1 e 2 - con le inevitabili conseguenze sull'inquinamento. Sono elaborazioni di Federmotorizzazione che, in Cofcommercio Milano, ha organizzato il convegno “Automotive: ripresa o ripresina?”.

Un'iniziativa realizzata in collaborazione con Assomobilità e Quattroruote Professional (ai lavori è intervenuto il direttore di Quattroruote Gian Luca Pellegrini). “Abbiamo lasciato sul campo in 7 anni – ha affermato Simonpaolo Buongiardino, presidente di Federmotorizzazione (e Assomobilità) – oltre 5 milioni di vendite di autoveicoli, riportando la dimensione delle vendite del comparto indietro di 35 anni”. “E i segnali di ripresa dei primi otto mesi del 2015 - +6% (100mila unità vendute)

con un incremento anche



All'iniziativa di Federmotorizzazione sono intervenuti i deputati Luca Squeri (Commissione Attività Produttive, Commercio e Turismo) e Vincenzo Garofalo (vicepresidente della Commissione Trasporti, Poste e Telecomunicazioni)



Simonpaolo Buongiardino, presidente di Federmotorizzazione e Assomobilità

più vivace per i veicoli commerciali, +8,6% (6.464 unità vendute) – ancora non concorrono ad un recupero dei margini nel nostro settore”. Occorre, da parte delle Istituzioni, ha rilevato Buongiardino, la dovuta attenzione per ottenere iniziative indirizzate al mercato. Ma un dato, ha rilevato il presidente di Federmotorizzazione, è invece incredibilmente in aumento: il prelievo fiscale. Nonostante le immatricolazioni (fino al 2014) si siano dimezzate, il gettito fiscale è cresciuto raggiungendo il 16,80% delle intere entrate tributarie nazionali: “come si può pensare – ha detto Buongiardino – ad una decisa ripresa del nostro settore, che rappresenta l'11% del Pil, senza incidere sul carico fiscale abbattendolo in alcune voci e senza immaginare sostegni per lo sviluppo?”

Quanta sicurezza in più per i cittadini vi sarebbe incentivando il rinnovo del parco automobilistico. E quanti vantaggi anche per le casse dello Stato: nei primi otto mesi di quest'anno sono stati immatricolati 1 milione di autoveicoli: alla fine dell'anno, con questo trend, lo Stato incasserebbe tra Ipt ed Iva circa 1,2 miliardi in più rispetto all'anno precedente”. Il presidente di Federmotorizzazione

ha poi sottolineato come occorre intervenire per eliminare la stortura dell'applicazione



Simonpaolo Buongiardino, presidente Federmotorizzazione: “Quanta sicurezza in più per i cittadini vi sarebbe incentivando il rinnovo del parco automobilistico. E quanti vantaggi anche per le casse dello Stato”

Iva sulle vetture usate “che mina dalle fondamenta il concetto della trasparenza dell'Iva lungo tutti i passaggi fino all'utente finale” e ricordato come si debba seguire l'esempio di altri Paesi europei (dalla Francia, alla Norvegia, alla Gran Bretagna) con incentivi sui settori innovativi (ibrido, elettrico).

(Foto di Giovanni Collinetti)



E' la zona interessata dalle esondazioni del Seveso

Milano: a Pratocentenario street art e tombini d'artista

Coniugare la street art con le opere di pubblica utilità. A Milano, a Pratocentenario (la zona Ca' Granda-Niguarda con il ciclico problema esondazioni del fiume Seveso), con i commercianti di Ascopratocentenario (l'associazione aderente a Confcommercio Milano), nell'ambito del Distretto del commercio, si sta sviluppando – da settembre - un progetto di "Urban Art Museum" con decorazioni e posa di tombini d'artista, colorazione delle

vasche di contenimento del Seveso, realizzazione di murali (come quello sull'edificio del Mercato comunale coperto Ca' Granda, lato via Moncalieri con il writer Sergio Olivotti).

Le opere sono state realizzate da alcuni artisti di street art, tra i quali Davide "Atomo" Tinelli (a settembre è stata anche presentata una fontana, realizzata con materiale riciclato da "Atomo" Tinelli, che simboleggia le esondazioni del Seveso). Nel secondo recente appuntamento di ottobre in via



Valfurva è stata invece colorata una vasca di contenimento del fiume Seveso con il messaggio "Make Art Not War". L'iniziativa promossa da Ascopratocentenario



Iniziativa promossa da Ascopratocentenario (Confcommercio Milano) con il Comune (assessorato ai Lavori pubblici e Arredo urbano) e il Cdz 9



vede l'impegno dell'Assessorato ai Lavori pubblici e Arredo urbano del Comune di Milano e del Consiglio di Zona 9. In occasione degli eventi vi è stata, inoltre, l'esibizione di par-

kour del gruppo Milanmonkeys.

“Siamo riusciti a realizzare queste iniziative con la collaborazione di tutti: operatori commerciali, residenti, volontariato. Per valorizzare una zona non centrale della città sapendo creare aggregazione e con l'obiettivo di migliorare la qualità dell'arredo urbano”, ha affermato Carlo Proserpio, presidente di Ascopratocentenario.

“La sfida di Milano è proprio quella di promuovere in modo coordinato iniziative ed interventi, come quello di oggi, che in prospettiva migliorino la qualità di vita di tutti i quartieri favorendo l'aggregazione e la funzione sociale del commercio di vicinato. In questo senso è molto forte il nostro impegno come Confcommercio Milano e va valorizzato, in collaborazione con l'amministrazione pubblica, il ruolo del Distretto del commercio”, ha dichiarato Fabio Moroni, componente di Giunta di



*Carlo Proserpio, presidente Ascopratocentenario:
“La collaborazione di tutti per creare aggregazione e migliorare la qualità dell'arredo urbano”*

Confcommercio Milano con competenza sul Duc (Distretto urbano del commercio) di Milano e per il decentramento.

“Continua, con il favore dei cittadini, questo progetto che vuole sviluppare un'arte moderna e vivace come la street art in una zona della città che ha sofferto in modo particolare le esondazioni del Seveso”, lo ha dichiarato l'assessore ai Lavori pubblici e Arredo urbano del

Comune di Milano Carmela Rozza. “Un'iniziativa importante per il quartiere – ha detto Beatrice Uguccioni, presidente del Consiglio di Zona 9 – che afferma una

collaborazione sempre più stretta con i commercianti per portare cultura e bellezza all'interno della zona. Ringrazio gli artisti cui va tutto il nostro apprezzamento”.



Inzago: i riconoscimenti per il **concorso vetrine**

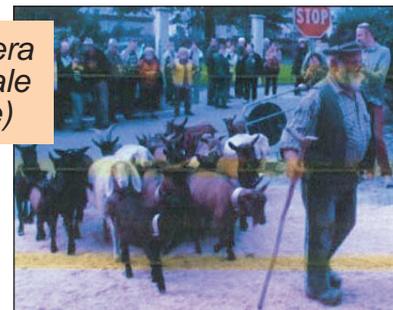
AInzago, con l'Associazione territoriale Unione Confcommercio dell'Adda Milanese, quinto concorso vetrine (in occasione della 212ma festa patronale) dedicato a Expo 2015. La manifestazione, anche quest'anno, ha riscosso successo sia di partecipazione sia di pubblico. Primo premio ex aequo assegnato alla Macelleria Motta e al Panificio Ronchi (foto 1 e 2). Secondo premio al parrucchiere Questione di Stile (foto 3).



Iniziativa coordinata da Giulio Galbusera (consigliere dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Vimercate)

Piemonte e Val D'Aosta: viaggio nella tradizione per i **macellai brianzoli**

Domenica all'insegna delle tradizioni per i macellai di Monza e Brianza in Piemonte e Val D'Aosta: coordinatore dell'iniziativa Giulio Galbusera (consigliere dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Vimercate). A Settimo Vittone (in Piemonte) di scena la festa della Desnalpa, la tradizionale ricorrenza dei Margari che accompagna la discesa delle



mandrie dagli alpeggi in quota, con i bovini agghindati a festa che sfilano per il centro storico. Dopo una sosta per il pranzo (con menu dal sapore "medioevale") al ristorante "Le Coeur du Pont" di Donnas, visita guidata del borgo storico di questo centro della Val d'Aosta e castagnata.



Ad Expo il “saluto alla Bottiglia eco-solidale



DA LEGNANO A MELEGNANO ALL'ESPOSIZIONE UNIVERSALE

Le precedenti tappe della Bottiglia Eco-solidale, a Legnano e Melegnano, hanno visto l'impegno e il coinvolgimento delle Associazioni territoriali Confcommercio di Legnano e Melegnano.

Nelle foto (sopra e qui sotto) Caterina Ippolito, presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Melegnano con Carlo Alberto Panigo (vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza), e Paolo Ferrè, presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano



Negli ultimi giorni di Expo il “saluto” - con Viviana Cadamuro, presidente dell'Associazione no profit “Sorgente dei sogni” - alla Bottiglia Eco-solidale presente in Expo e posizionata davanti a Cascina Triulza (vedi *Unioneinforma* di ottobre a pag. 30 n.d.r.).

La Bottiglia Eco-solidale ha dimensioni eccezionali: undici metri di lunghezza per due metri e mezzo di altezza e, ad oggi, contiene oltre 2 milioni di tappi. Sarà donata al

“Saluto” in Expo alla Bottiglia eco-solidale: sta parlando Viviana Cadamuro, presidente dell'Associazione no profit “Sorgente dei sogni” - Foto di Benedetta Borsani e Mattia Dognini



Centro di ricerca oncologica di Aviano e il ricavo della vendita dei tappi servirà a finanziare un progetto di ricerca. Giunta all'Esposizione universale il 16 ottobre, la “Bottiglia Eco-solidale” ha lasciato poi il sito di Expo. Tappa conclusiva del suo viaggio: Rivolto (Udine),

ospite delle Frecce Tricolori.



* di Lucia Mari
(giornalista di moda)

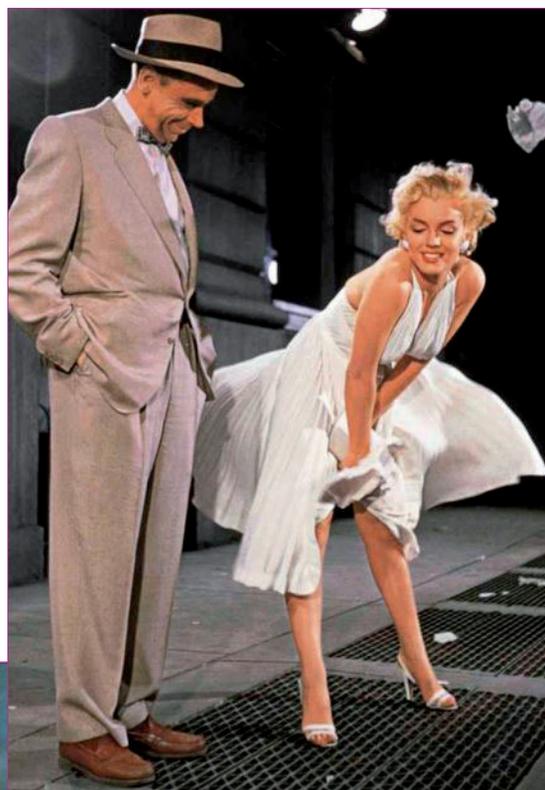
La moda donna (e uomo) ispirata dal mito

Guerrigliera, marinaretta, stracciona, zingara. E poi hippy, lolita, folk, borghese, ingenua, sfacciata: la moda è stata tutto questo. E di conseguenza lo è stata la donna. Non solo: ha indossato anche una sorta di abito stile impero a vita alta (come proposto dal mai dimenticato Gianfranco Ferré) e poi i provocanti corsetti di Madonna, le cappe della romantica Sissi, il rigoroso doppiopetto da manager con l'imprinting di Armani, insieme allo stile dandy tutt'ora in voga, indossato con rigorose camicie da smoking. E, di rigore, i pantaloni: che Marlène Dietrich, splendida bionda degli Anni Trenta, portava anche in privato: suscitando scandalo, naturalmente. Ora una conquista di tutte le donne, sulla cui praticità non si discute.

Filoni diversi: d'altronde mai come ora si è visto che va tutto e il contrario di tutto, le ultime passerelle per uomo e donna lo hanno spiegato bene. Insomma, la moda propone e la donna (ma anche l'uomo) dispone: di vestirsi come pare a loro, assecondando differenti personalità che appartengono – appunto – ad ognuno di noi. Filoni diversi che cinema e strada, con contorno dei cosiddetti vip, hanno spesso influenzato: alzi la mano chi di voi donne non si sia lasciata tentare da una giacca sfrangiata genere Calamity Jane o non abbia indossato una rigorosa giacca militare, magari sopra un negligé tutto pizzi. E non parliamo delle acconciature: una pacchia per i maschietti, con i capelli sistemati alla Justin Bieber, così come una volta li portavano i Beatles, piuttosto lunghi, da cui il soprannome "capelloni".

Ma perché stupirsi, è sempre stato così: ho tutto nell'archivio dei ricordi. Sono gli inizi degli Anni Ottanta, infatti, quando gli stilisti saccheggiano il folk da corsaro: camicie rigonfie di maniche e nastri, divisa soprattutto per alcuni personaggi della tv, vestiti proprio come Morgan il pirata. E perché non lasciarsi travolgere da un flash su Tom Cruise: ecco allora il blusotto che indossava nell'indimenticabile Top Gun, scelto anche dalle donne con vocazione sportiva.

Look assecondato dai vari mercatini dell'usato: e poi, in questa carrellata di amarcord, impossibile dimenticare la gonna a ruota cara a B.B. (sta per Brigitte Bardot), che i giovani non possono ricordare,



ma i loro papà si. Pochi centimetri di tessuto che l'attrice rese famosi con il reggisenone a balconcino, e le gonne a ruota, appunto, a quadretti pastello. E fa epoca (appartiene ormai alla storia) il baby doll nel film omonimo interpretato da un'adolescente, apprendista mangia-uomini. Davvero il cinema è spesso fonte di ispirazione: come ex ragazza posso ricordare gli abiti-glamour delle vamp, da Gilda (personaggio fascinoso interpretato da Rita Hayworth) in poi. In questa esclusione ha un posto d'onore John Travolta – Tony Manero nell'ormai indiscusso "La febbre del sabato sera", mentre in "Grease" rilancia i capelli unti di brillantina come li aveva Rodolfo Valentino, rubacuori del cinema muto. Né va dimenticato l'impomatato Robert Redford – Grande Gatsby, rifatto successivamente da Leonardo Di Caprio.

Ma il mito per eccellenza spetta a Marilyn Monroe: il suo abito bianco ("Quando la moglie è in vacanza"), scollato a prendisole con l'ampia sottana plissettata, è stato uno dei modelli più copiati al mondo. Insieme al tubino nero che conduce alla fragilità di Sabrina, e alla sua indiscussa eleganza.



COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

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



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

Unione Confcommercio,
tutti gli strumenti giusti per
illuminare il **futuro** della tua
attività.



Per mantenere efficiente la tua azienda
e sfruttare ogni opportunità.

140 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI

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