

# Unione

*informa*



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

*Assemblea pubblica con il sindaco di Milano Giuseppe Sala e il Governatore della Lombardia Roberto Maroni*

## **CARLO SANGALLI: PATTO COSTITUENTE PER LA GRANDE MILANO**



Gianroberto Costa presidente

---

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

---



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

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

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



## 140 caratteri di confcommercio



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

Il racconto della Grande Milano non si può ridurre solo alla città efficiente, digitale, la "città che sale", che pure è. La nostra è anche la città che "si allarga", quella che conosce le ragioni della sussidiarietà, con una logica di fondo per le imprese: tutelare un mercato sano e incoraggiare un mercato libero.



**ASSEMBLEA PUBBLICA DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA**

*Il presidente Carlo Sangalli: "ritrovare slancio e determinazione per realizzare alcune priorità dalle quali dipende il futuro della Grande Milano"*





*All'assemblea pubblica di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza il sindaco di Milano Giuseppe Sala e il presidente di Regione Lombardia Roberto Maroni*



*Da sinistra: Roberto Maroni (presidente di Regione Lombardia), Carlo Sangalli (presidente di Confcommercio), e Giuseppe Sala (sindaco di Milano e della Città Metropolitana)*

## Carlo Sangalli: **Patto pubblico-privato** per vincere le sfide della Grande Milano

**N**uova alleanza per una Grande Milano che guarda all'Europa con una sempre maggiore capacità attrattiva: nel turismo, nella qualità della vita, negli investimenti. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - che ha ospitato nella sua assemblea pubblica il nuovo sindaco di

Milano e della Città Metropolitana Giuseppe Sala e il presidente di Regione Lombardia Roberto Maroni - parte da un dato di fatto importante: l'accoglienza positiva che ha riscontrato il "Decalogo del Terziario per la Grande Milano" (vedi *nelle pagine che seguono n.d.r.*) - prosecuzione dell'impegno ▶



*Un nuovo Tavolo, che guarda all'Europa, con Amministrazione e Parti sociali per lo sviluppo della Città Metropolitana*

avviato con "Benvenuto il Luogo" (foto a destra), il programma presentato ai candidati sindaco dal presidente Carlo Sangalli (vedi *Unioneinforma* di maggio da pag. 4 a 21 n.d.r.). "Milano, dopo la pausa elettorale - ha affermato Sangalli - deve ritrovare slancio e determinazione per realizzare alcune priorità dalle quali dipende il futuro della Grande Milano. Penso a Città Metropolitana, periferie, mobilità e sostegno alle imprese. E sostenere le imprese - non dimentichiamolo mai - significa creare posti di lavoro e benessere. L'obiettivo alto è una città piattaforma, rapida, attrattiva e pienamente inserita nella rivoluzione digitale e globale. Capace di integrare le diversità valorizzando le proprie radici". La Grande Milano sarà sempre più vicina attraverso una nuova alleanza pubblico-privato che si traduce in un Patto costituente tra Istituzioni e Parti sociali. Patto che, nel rispetto dei ruoli, renda sempre più concreto l'ascolto dei corpi intermedi quando si devono compiere scelte prioritarie che incidono sullo sviluppo del nostro territorio. "Crediamo - prosegue Sangalli - che per affrontare i problemi più rilevanti sia necessaria una nuova alleanza pubblico-privato. Sì, dunque, all'evoluzione del Tavolo per lo sviluppo della Città Metropolitana in un Patto costituente tra Amministrazione e parti sociali".



**POST-BREXIT: UN'OPPORTUNITA'** - Anche Brexit (il voto con cui la Gran Bretagna ha deciso di lasciare l'Unione Europea) dà a Milano un'occasione per rafforzarsi come piazza finanziaria internazionale: servono un gioco di squadra pubblico/privato come per Expo, agevolazioni fiscali e migliori infrastrutture immateriali come la banda ultra-larga. "La Brexit - rileva Sangalli - preoccupa per le ripercussioni su finanza ed economia ma potrebbe anche rappresentare un'opportuni-

tà per il nostro territorio. Milano può candidarsi, infatti, come piazza finanziaria internazionale in grado di subentrare a Londra. E siamo d'accordo con la proposta del sindaco Sala di candidare la nostra città a ospitare l'Autorità bancaria Europea. E con quella del Governatore Maroni di ospitare

▶ ▶ ▶ segue a pag. 4 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶

*Post-Brexit: gioco di squadra stile Expo. Opportunità per Milano come piazza finanziaria internazionale. Necessarie agevolazioni fiscali e migliori infrastrutture*

l'Agencia Europea per il farmaco. Certo, per le società estere che investono sono necessari incentivi fiscali e bisogna migliorare alcune infrastrutture immateriali come la banda ultra larga, ma possiamo farcela. La Milano che ha vinto la sfida di Expo, può vincere anche quella del post Brexit".



*Milano attrattiva tutto l'anno: creare una DMO (Destination Management Organization) per promuovere grandi eventi e turismo internazionale*

**MILANO ATTRATTIVA 365 GIORNI ALL'ANNO**

- La collaborazione pubblico/privato è indispensabile per accrescere il brand Milano, promuovere l'offerta turistica, intercettare stabilmente la domanda internazionale. Confcommercio propone una struttura operativa di DMO (Destination Management Organization) per avere una programmazione tutto l'anno di eventi importanti, integrati con iniziative diffuse sul territorio. Milano attrattiva 365 giorni all'anno, non soltanto nei momenti di rilievo come il Salone del Mobile o la Settimana della Moda. Favorire eventi di grande attrazione ben programmati – cultura, musica, sport – aiuta lo sviluppo della città e delle imprese. Risorse per la promozione possono venire dall'imposta di soggiorno da utilizzare come vera tassa di scopo.

**RILANCIO DELLE PERIFERIE** - Milano come area metropolitana trae in generale la sua ricchezza dal terziario: oltre l'80% è occupato nei servizi (fonte: elaborazione Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza su dati Istat). La città sta cambiando: negli ultimi anni vi sono state trasformazioni urbanistiche, dinamiche demografiche, dei consumi. Dall'elaborazione dei dati del Registro Imprese (fonte:

Camera di Commercio di Milano) si rileva, negli ultimi quattro anni, un +5% di imprese con concentrazioni maggiori di crescita nelle zone emergenti a nord-nord est (Padova, Centrale e Lambrate, Bovisa, Porta Nuova, Isola) che riguardano soprattutto le imprese straniere e la movida. Per le imprese ▶

*Rilancio delle periferie con incentivi fiscali per le imprese che investono*

della movida incremento anche in altre aree come Porta Romana e Porta Genova. Il centro di Milano mantiene la leadership con un'impresa su quattro in città (circa 200mila attività imprenditoriali). Nel commercio e nella ristorazione (29mila le imprese attive), fra il 2010 e il 2015, le imprese sono aumentate di quasi il 18% con un ruolo molto significativo dell'imprenditoria straniera: ora il 33% del totale. Dal 2011 al 2015 le imprese straniere sono cresciute del 54,8%: da poco più di 6.200 ad oltre 9.600. Per Confcommercio il rilancio delle periferie è un'altra grande sfida da raccogliere per una Milano, il più possibile, a una sola velocità di sviluppo. Nel "Decalogo" si parla di "oltre le periferie": un piano operativo di ricucitura urbana in zone a bassa intensità attrattiva con



*Risorse per promuovere l'offerta turistica milanese: imposta di soggiorno come tassa di scopo*

incentivi fiscali alle nuove imprese in periferia e la promozione di reti d'impresa tra gli esercizi commerciali di vicinato. Le aree periferiche, ma anche assi commerciali più centrali,

devono essere "osservate speciali" perché è molto forte il rischio di difficoltà per tante attività commerciali che rendono vivi i quartieri. Imprese che accusano la crescente concorrenza dei grandissimi centri commerciali della prima fascia dell'hinterland milanese.



*Riduzioni fiscali mirate per tutte le attività commerciali danneggiate dai cantieri (a Milano, per i cantieri, ora si è entrati in una fase difficile)*

**FISCO** - Non c'è sviluppo con una pressione fiscale eccessiva - su imprese e cittadini - che assomma imposte nazionali e tributi locali. Importante, a livello lombardo, l'impegno della Regione a non aumentare la pressione fiscale. La pressione fiscale locale va ridotta. Per Milano un obiettivo concreto è quello delle agevolazioni mirate. Come riduzioni fiscali per le imprese che aprono in zone della città meno attrattive e tagli su Cosap,

▶ ▶ ▶ segue a pag. 7 ▶ ▶ ▶

# UNIONE

premia la tua

# FEDelta

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

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

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

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

---

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

---

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

▶ ▶ ▶ segue da pag. 5 ▶ ▶ ▶



tassa rifiuti, prelievo sugli immobili alle imprese - tutte quelle coinvolte - danneggiate dai cantieri pubblici. Per Milano, da questo punto di vista, è cominciata la fase più difficile di convivenza con i cantieri della Metropolitana 4: occorre, sotto linea Confcommercio, una grande attenzione.

*Contrasto più incisivo e continuo ad abusivismo e contraffazione*

**SICUREZZA** - Sicurezza e legalità percepite costituiscono un vero e proprio asset di sviluppo per Milano. Non è possibile avere una politica di decoro urbano che continui a tollerare l'illegalità diffusa: occorre, ad esempio, un'azione di contrasto molto più forte per combattere abusivismo e contraffazione. Vi è poi un'eccellenza

nel controllo del territorio – la Centrale Operativa Drago – non solo da mantenere, ma da valorizzare ulteriormente nella logica di collaborazione interforze così ben sviluppata in occasione di Expo.

*Assemblea pubblica di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: foto di Massimo Garriboli*



**MOBILITA'** - Nelle proposte sviluppate da Confcommercio in "Benvenuto Il Luogo" e rilanciate nel "Decalogo", si punta al rafforzamento delle aree pedonali – non isole pedonali – con tre requisiti: accessibili (cioè comodamente raggiungibili); dinamiche (animate da eventi e da un numero minimo di attività commerciali); condivise (realizzate con l'accordo di residenti e imprese su strada). Le

*Aree pedonali – non isole – accessibili, dinamiche e condivise. Area C da rivedere: esentare gli euro 6 e le imprese residenti*

chiusure al traffico come piazza Castello, poco rilevanti per i residenti e controproducenti per la circolazione, vanno ripensate. Il carico-scarico merci non va limitato negli orari, ma concepito e programmato in modo innovativo con la gestione

digitale delle piazzole di carico/scarico e un sistema diffuso di controllo attraverso le telecamere (così da evitare occupazioni indebite). Area C non va allargata, ma rivista esentando dal pagamento i veicoli meno inquinanti come gli euro 6 e riconoscendo le esenzioni alle imprese residenti nell'Area C.

▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 7 ▶▶▶



## Documenti

### DECALOGO DEL TERZIARIO PER LA GRANDE MILANO

(presentato alla vigilia del ballottaggio ai candidati sindaco per Milano)

**C**onfcommercio è l'Organizzazione d'impresa maggiormente rappresentativa del terziario di mercato, ovvero di quel mondo composito fatto di commercio, di servizi, di turismo e di professioni che incide sulla produttività e caratterizza la qualità della vita di una città. La nostra è la voce di imprese che non delocalizzano, ma vivono con intensità i cambiamenti del territorio e le dinamiche collettive, poiché per le nostre imprese il territorio è un fattore produttivo a tutti gli effetti - quanto lo sono capitale, lavoro e mezzi di produzione - incidendo sensibilmente sul loro successo e sulla possibilità di crescita.

Ponendo a riferimento questo target e le sue esigenze, lo scorso 22 aprile abbiamo presentato 80 proposte progettuali divise su 10 eccellenze - presenti e future - di Milano e contenute nel programma *Benvenuto Il Luogo*, che già a partire dal titolo indica chiaramente un metodo di confronto: quello della

disponibilità aperta che la nostra Organizzazione intende offrire a chi ha accettato la sfida di governare la cosa comune.

Alla vigilia delle elezioni di ballottaggio, ci rivolgiamo ai due candidati sindaco e mettiamo loro a disposizione questo *Decalogo del Terziario per la Grande Milano* che sintetizza le nostre priorità e le nostre proposte.

Nel passaggio da Milano alla Grande Milano, il terziario di mercato che rappresentiamo si troverà sempre più a dare il suo contributo in un ruolo chiave sull'attrattività urbana e sullo sviluppo del territorio. Anche l'Amministrazione comunale può e deve aiutare il terziario: agevolando i consumi ed agevolando le imprese; che significa essenzialmente, da un lato, tutelare un mercato sano, e, dall'altro, incoraggiare un mercato libero di crescere in modo equilibrato.



## *Decalogo del terziario / 1*

### 1) PATTO COSTITUENTE PER LA GRANDE MILANO

Rilancio e rafforzamento del Tavolo per lo Sviluppo di Milano in prospettiva della costruzione di una "Grande Milano", tale per confini, servizi e logiche di sviluppo. Pensiamo ad un Patto costituente fra Amministrazione e Parti sociali che stabilizzi la loro collaborazione e che istituzionalizzi la presenza concreta dei corpi intermedi nei processi di formazione e implementazione delle scelte pubbliche, in particolare quelle che coinvolgono gli aspetti di sviluppo economico urbano e metropolitano.

### 2) CITTA' METROPOLITANA

Valorizzazione della dimensione metropolitana, dal punto di vista spaziale e funzionale, come metodo per reperire risorse, attraverso risparmi o progetti di sviluppo condivisi, e come strumento per reinvestirle.

- **Processi interni alla Città Metropolitana.** La messa a valore della dimensione metropolitana si traduce nell'attivazione di economie di scala nella gestione dei servizi orientate alla riduzione delle tariffe. In particolare, si potrebbero generare risparmi da riversare in risparmi per gli utenti grazie alla messa a sistema delle risorse e dei servizi in tema di raccolta dei rifiuti, di mobilità e di produzione e fornitura energetica.
- **La Città Metropolitana si proietta all'esterno.** Massimizzare la dimensione metropolitana significa mettere Milano in grado di competere nel sistema delle città europee promuovendo la partecipazione pubblico/privata a bandi, finanziamenti e iniziative della Comunità Europea e all'elaborazione di progetti internazionali che attirino investitori stranieri.

▶ ▶ ▶ segue a pag. 10 ▶ ▶ ▶

▶ ▶ ▶ segue da pag. 9 ▶ ▶ ▶



## Decalogo del terziario / 2

### 3) ATTRATTIVITA' E PROMOZIONE TERRITORIALE

Rafforzamento e operatività di una struttura di DMO (Destination Management Organization), gestita nella collaborazione tra pubblico e privato, che sia in grado di raccogliere, sistematizzare e promuovere in modo coordinato l'offerta turistica sul territorio e intercettare la domanda internazionale, integrando anche il palinsesto degli eventi e delle iniziative diffuse aperte al pubblico, in un permanente impiego delle energie cittadine sul modello del Fuori Salone. Tale struttura e la sua operatività andrebbero finanziate attraverso il reimpiego dell'imposta di soggiorno utilizzata come tassa di scopo, mentre per gli eventi si chiede di prevedere una struttura di raccolta di sponsorship private e di costituire un innovativo sistema di crowdfunding urbano.

### 4) FISCALITA' PER LE IMPRESE

Consapevoli delle difficoltà di una riduzione generalizzata delle tasse per garantire la sostenibilità economica di un governo locale sempre meno garantito a livello centrale, chiediamo di utilizzare la leva fiscale in modo mirato per compensare chi viene danneggiato dall'implementazione di scelte collettive e chi, viceversa, si sobbarca attraverso la propria attività una funzione di servizio pubblico, riqualificazione urbana o sviluppo sociale. In particolare, vediamo con favore:

- abbattimento della COSAP e sconto di imposta su TARI e TASI per imprese disagiate da cantieri invasivi;
- sconto d'imposta per le imprese che mettono in atto prassi di sostenibilità ambientale;
- abbattimento del canone concessorio e premialità fiscali per le imprese che aprono in individuate zone in via di sviluppo socioeconomico.





### Decalogo del terziario / 3

#### 5) LEGALITA'

Fare della legalità un asset di sviluppo del mercato significa tutelarne i principi e implementarne le azioni da tre punti di vista: miglioramento della sensazione di sicurezza, riduzione del numero dei reati, circolazione delle informazioni disponibili. Dal punto di vista della sensazione di sicurezza, chiediamo di sviluppare una dedicata politica per il decoro urbano, che includa anche una serrata lotta ai fenomeni di contraffazione e abusivismo. Dal punto di vista del miglioramento oggettivo della sicurezza per gli operatori, chiediamo di mettere a sistema il maggior numero di informazioni disponibili, in particolare attraverso il mantenimento e il rafforzamento della Centrale Operativa Drago, promuovendo anche la creazione di una coordinata Unità di video intelligence. Chiediamo, inoltre, che siano attivate sperimentazioni presso le singole Municipalità cittadine per quanto riguarda l'utilizzo di nuovi servizi di controllo del territorio, anche attraverso applicazioni digitali, l'adozione di forme di coordinamento degli operatori e la realizzazione di iniziative di sensibilizzazione dei consumatori.

#### 6) MOBILITA'

Ridisegno della Città Metropolitana in un'ottica policentrica di accessibilità, fluidità veicolare e qualità della vita.

- **Trasformazione delle isole pedonali in aree pedonali**, sviluppate in modo ragionato su tre condizioni: accessibilità, ovvero devono risultare comodamente raggiungibili; dinamicità, cioè devono essere animate da eventi e da un numero minimo di attività commerciali; condivisione, nel senso che vanno realizzate con l'accordo di residenti e imprese su strada. Chiediamo, viceversa, un ripensamento delle chiusure al traffico veicolare laddove poco rilevanti per i residenti e controproducenti per la circolazione, come quella di Piazza Castello.
- **Efficientamento del sistema di carico/scarico merci**, che non va limitato negli orari, ma programmato in modo innovativo attraverso la gestione digitale delle piazzole di carico e scarico e un sistema, diffuso e non eludibile, di controlli attraverso telecamere.
- **Revisione strutturale di Area C** prevedendo una premialità per i veicoli meno inquinanti, fino all'esenzione stessa del pagamento, e riconoscendo pienamente il principio della residenzialità delle imprese per quanto riguarda esenzioni e agevolazioni.



▶ ▶ ▶ segue a pag. 12 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 11 ▶▶▶



### **Decalogo del terziario / 4**

#### **7) OLTRE LE PERIFERIE**

Realizzazione di un piano operativo di ricucitura urbana in zone a bassa intensità attrattiva che preveda, nella collaborazione pubblico/privato, azioni di programmazione di sviluppo territoriali intorno ai temi di: decoro urbano, incentivazione fiscale per le imprese, realizzazioni infrastrutturali, promozione di reti d'impresa tra negozi di vicinato, maggior presidio delle forze dell'ordine, realizzazione diffusa di eventi. Utilizzo delle neo-costituite Municipalità come strumento di controllo del territorio e semplificazione nei processi autorizzativi, non di dispersione delle funzioni di programmazione comunali. Creazione di un DUC metropolitano dotato di soggettività giuridica e con una governance definita, suddiviso in polarità identitarie forti in grado di rigenerare le aree marginali o in difficoltà.

#### **8) CONCORRENZA E PLURALISMO DISTRIBUTIVO**

Processi di autorizzazione di progetti di sviluppo urbano e recupero edilizio che rispondano a standard qualitativi elevati e ad una logica di equilibrio fra le diverse forme di commercio e tipologie d'impresa, considerando in particolare l'importanza di mantenere servizi competitivi con le altre città internazionali, ma in grado di garantire al territorio la sua originalità anche dal punto di vista commerciale. La piccola distribuzione ha in questo senso un ruolo strategico che, innanzitutto, rinforza la caratteristica di Milano quale metropoli tascabile, a misura d'uomo; in secondo luogo, potenzia l'approfondimento e l'assortimento commerciale, attraendo pubblici diversi; infine, abilita l'innovazione diffusa che nasce dall'iniziativa del singolo ed è caratteristica produttiva del terziario di mercato.



## *Decalogo del terziario / 5*

### **9) SEMPLIFICAZIONE**

Affermazione combinata e contestuale dei principi di semplificazione delle autorizzazioni a monte, certezza dei controlli a valle. Il processo autorizzativo deve essere chiaro nelle regole e fluido nella gestione, ma allo stesso tempo in grado di localizzare puntualmente e sanzionare i comportamenti illeciti e lesivi del consumatore e della concorrenza.

- Reale interoperatività dei SUAP metropolitani, ponendo come punto di riferimento gestionale la Camera di Commercio di Milano.
- Maggiore disponibilità nel processo autorizzativo degli spazi di suolo pubblico.
- Coordinamento dei controlli sul territorio delle autorità preposte per alleggerire le duplicazioni.
- Incentivare l'utilizzo del fascicolo unico d'impresa tra tutte le amministrazioni pubbliche.

### **10) INNOVAZIONE**

Adozione e pieno utilizzo dell'ambiente digitale per la condivisione uniforme di dati E015, promuovendolo anche attraverso l'utilizzo da parte della pubblica amministrazione, per esempio, quale interfaccia per la partecipazione a bandi comunali. Messa a disposizione della banda ultra larga per ogni attività economica residente sul territorio. Creazione di una struttura statistica in grado di fornire informazioni integrate sulla città (dal traffico ai flussi pedonali, dalle preferenze di consumo alle scelte di residenza) che consenta agli operatori di migliorare le proprie scelte di posizionamento e marketing.

# Fondazione Enasarco Gianroberto Costa presidente



**G**ianroberto Costa è stato eletto presidente della Fondazione Enasarco. Lo ha votato all'unanimità il nuovo Consiglio d'amministrazione dell'Ente di previdenza e assistenza degli agenti e rappresentanti di commercio. Eletti vicepresidenti della Fondazione Giovanni Maggi e Costante Persiani. Costa (segretario generale della Confcommercio milanese) è stato il coordinatore della coalizione "Insieme per Enasarco" con le liste "Agenti per Enasarco" e "Imprese per Enasarco" (*vedi i numeri di Unioneinforma di inizio anno n.d.r.*): dall'1 al 14 aprile - lo ricordiamo - gli iscritti ad Enasarco sono stati chiamati a scegliere, con votazione elettronica, i nuovi organi di vertice dell'Ente.



**Fondazione Enasarco: il presidente Gianroberto Costa (foto 1), il vicepresidente Costante Persiani (foto 2) e Alberto Petranzan (foto 3), componente del nuovo Consiglio di Amministrazione della Fondazione e coordinatore del Gruppo Giovani di Fnaarc (la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio di Confcommercio)**

Per la mia salute  
ho scelto uno strumento di precisione.

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

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



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



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

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

# Chi siamo

Ente Mutuo Unione Confcommercio Società di Mutuo Soccorso, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti; non ha scopi di lucro e ha per oggetto l'assistenza sanitaria dei propri iscritti. Ente Mutuo è riservato agli Imprenditori e Professionisti iscritti alle Associazioni aderenti a Confcommercio Milano - Lodi - Monza e Brianza. Nel dicembre del 2009 Ente Mutuo ha ottenuto la Certificazione di Qualità.

Le attività svolte, i servizi offerti, le Strutture Convenzionate nel corso di più di 60 anni sono aumentate a tal punto che oggi Ente Mutuo si pone a pieno merito tra le prime assistenze sanitarie integrative a livello nazionale.

## Ente Mutuo. I punti di forza

- Non è un'assicurazione
- Fedele - assiste i Soci per tutta la vita
- Economico - costa meno di altre mutue e assicurazioni a parità di prestazioni
- Esclusivo - riservato ai Soci Unione Confcommercio
- Presenta vantaggi fiscali - detraibile dall'IRPEF
- Veloce - meno tempi d'attesa
- **Nuovi servizi: Assistenza 24h/24h**
- **Nuovi servizi: Possibilità di versare i contributi mensilmente grazie a ProFamily**

## Ente Mutuo. Le Forme di Assistenza

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

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

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

**Forma C** Assistenza ospedaliera

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

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

## Ente Mutuo. I numeri

- Opera da 60 anni
- 25.000 Assistiti
- 680 Medici e Strutture Convenzionate
- 250.000 Prestazioni erogate ogni anno
- Presente sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza

## Ente Mutuo. La sede

**Milano** - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno

**Orario sportello:** da lunedì a giovedì dalle 8.30 alle 16.30 e venerdì dalle 8.30 alle 15.30

**Numero di telefono unico: 02.7750.950**

### Uffici distaccati di Milano:

#### Casa di Cura S. Camillo

Via Mauro Macchi, 5 - tel. 02 67071816  
da lunedì a giovedì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 16.30  
venerdì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 15.30

#### Centro Diagnostico Italiano

Via Saint Bon, 20 - tel. 02 48317592  
da lunedì a giovedì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 16.30  
venerdì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 15.30

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

**Abbiategrasso** - Via Annoni 14

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

**Bollate** - Via degli Alpini 4

**Bresso** - Via Patellani 58/60

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

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

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

**Cinisello Balsamo** - Via Frova 34

**Cologno Monzese** - Piazza Italia 7

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

**Desio** - Via Diaz 8

**Gorgonzola** - Piazza S. Francesco 2

**Legnano** - Via XX Settembre 12

**Lissone** - Via Madonna 13

**Magenta** - Via Volta 62

**Melegnano** - Via Pertini 18/24

tel. 02 94967383

tel. 02 9055219

tel. 02 3502814

tel. 02 66501379

tel. 0363 61503

tel. 0331 880691

tel. 02 9230715

tel. 02 66049259

tel. 02 2543690

tel. 02 4479582

tel. 0362 624541

tel. 02 9513320

tel. 0331 440335

tel. 039 482045

tel. 02 97298074

tel. 02 9830768

**Melzo** - Via Turati 6

**Monza** - Via De Amicis 9

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

**Rho** - Via XXV Aprile 6

**Rozzano** - Via Mimose 63

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

**Seregno** - Via Don Minzoni 2

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

**Seveso** - Corso Marconi 35

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

**Vimercate** - Largo Pontida 3/9

### Unione Confcommercio Lodi

**Lodi** - Via Haussmann 1/B

tel. 02 9550084

tel. 039 360771

tel. 02 9181247

tel. 02 9303480

tel. 02 8257653

tel. 02 2134518

tel. 0362 231234

tel. 02 2621679

tel. 0362 506724

tel. 02 90966402

tel. 039 6850839

tel. 0371 432106

Approvati i criteri dalla Giunta Regionale

## Lombardia: in arrivo un nuovo Bando sicurezza per micro e piccole imprese del commercio

La Giunta di Regione Lombardia ha approvato i criteri di un nuovo Bando per la sicurezza delle micro e piccole imprese commerciali: l'iniziativa, fortemente sollecitata da Confcommercio, darà infatti seguito alla positiva esperienza del Bando realizzato nel 2015. La pubblicazione del nuovo Bando è attesa per la fine di questo mese di luglio con operatività, per la partecipazione al Bando, prevista dopo l'estate. Oltre alla dotazione finanziaria della Regione sono previste ulteriori risorse messe a disposizione, nelle varie province, dalle Camere di commercio.

È previsto, con il Bando, un contributo a fondo perduto di un massimo di 5.000 euro a copertura del 50% delle spese sostenute per l'acquisto e l'installazione di: sistemi di videoallarme antirapina e di videosorveglianza; casseforti, sistemi antitaccheggio, serrande e saracinesche, vetrine antisfondamento; sistemi di pagamento elettronici (pos e carte di credito); sistemi di rilevazione delle banconote false; dispositivi aggiuntivi di illuminazione notturna esterna. (SM)



## “Sto@2020”: il Bando per il recupero commerciale degli spazi sfitti

**A**nnunciato il Bando di Regione

Lombardia “Sto@ 2020 - Iniziative di innovazione a sostegno e rilancio delle attività del commercio in aree urbane attraverso il recupero di spazi sfitti”: misura (volta a rafforzare il contrasto alla desertificazione commerciale) che mette a disposizione 3,2 milioni di euro per progetti dedicati alla collocazione di attività del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato negli spazi sfitti pre-

senti nell'ambito dei Distretti Urbani del Commercio. Dal Bando è esclusa Milano città che è oggetto di uno specifico protocollo di intesa sull'attrattività con Regione Lombardia.

Potranno beneficiare dei contributi di “Sto@2020” anche le aggregazioni di imprese (associazioni, consorzi, reti) che svolgano servizi di riqualificazione, promozione e incoming. Regione Lombardia interverrà con un contributo a fondo perduto a copertura del 50% delle spese ammissibili per un massimo di 100.000 euro a progetto. I progetti potranno essere presentati entro il 15 novembre. (SM)

## Turismo lombardo: il concorso “Digital Award”

Approvati dalla Giunta di Regione Lombardia, nell'ambito delle attività previste nell'Anno del Turismo Lombardo, i criteri attuativi di “Digital Award – Il coraggio di innovare – Edizione turismo 2016”: concorso con premi per i migliori progetti di innovazione nella filiera del turismo e dell'attrattività. Cinque le categorie previste con premi che prevedono un contributo di 10mila euro: Destinazione Smart, Comunicazione, Mobilità, Made in Lombardia e Ospitalità. Previste anche due categorie speciali (con premi simbolici): Anno del Turismo e Loyalty Marketing. Possono partecipare a “Digital Award” imprese; soggetti

pubblici/privati che operano nel turismo (enti locali, associazioni di categoria, agenzie di promozione turistica, pro loco, consorzi turistici); liberi professionisti che operano nel turismo (come le guide turistiche). Domande fino alle ore 12 del 7 ottobre tramite il portale [webtelemaco.infocamere.it](http://webtelemaco.infocamere.it).





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

Concorso di idee per studenti universitari e post diploma promosso dal Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

## “Disegna un logo per le imprese storiche”



Il Club lancia **DISEGNA UN LOGO PER LE IMPRESE STORICHE**, un concorso di idee per la progettazione di un logo che rappresenti le imprese che vi aderiscono.

Regolamento concorso di idee

**DISEGNA UN LOGO PER LE IMPRESE STORICHE**  
concorso di idee per la definizione di un marchio rappresentativo

Una doppia opportunità. Per il mondo **universitario** e accademico, una sfida creativa che porti alla produzione di un marchio distintivo che rappresenti il valore delle imprese storiche italiane. Per il mondo **imprenditoriale**, uno strumento da utilizzare all'interno della propria strategia di marketing, nel proprio merchandising e in occasione di eventi pubblici, che rafforzi l'appartenenza alla categoria delle imprese storiche.

Possono partecipare al concorso studenti con più di 18 anni regolarmente iscritti a scuole di formazione post diploma, accademie e università, a cui sarà richiesto lo sforzo creativo per la progettazione del logo del Club.

Le candidature possono essere inviate a partire dal **18 luglio**, fino al **17 ottobre 2016**.

Il regolamento del concorso con l'esposizione di obiettivi, criteri esecutivi, soggetti ammessi e procedura di valutazione è [scaricabile qui](#).

Il form di partecipazione, è [scaricabile qui](#).

Per qualsiasi informazione, [scrivi](#) alla mail dedicata al concorso.

Publicazione concorso  
22 giugno 2016

Apertura candidature  
18 luglio - 17 ottobre 2016

CONFCOMMERCIO  
CLUB IMPRESE STORICHE  
GIOVANNI FONTANA  
Accounting & Services

Un logo che rappresenti le imprese storiche e ne favorisca un'immediata riconoscibilità valorizzandone l'importanza. Il Club delle Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza promuove un concorso di idee, aperto agli studenti universitari e post diploma. Le proposte possono essere inviate fino alle ore 12 del 17 ottobre via email all'indirizzo [concorsologoclub@unione.milano.it](mailto:concorsologoclub@unione.milano.it). Dal 7 al 28 novembre i cinque migliori elaborati saranno pubblicati sulla pagina Facebook del Club Imprese Storiche per permettere alla community della pagina di scegliere il logo vincitore. Il vincitore avrà diritto a un premio in denaro pari a 2.000 euro. (AL)

Tutte le informazioni sul sito di Confcommercio Milano [http://www.confcommerciomilano.it/it/associazioni/club\\_impres\\_storiche/disegna.html](http://www.confcommerciomilano.it/it/associazioni/club_impres_storiche/disegna.html)



**Gianpietro Riboli**, titolare dell'omonima gelateria/pasticceria di Senago (Associazione territoriale Confcommercio di Bollate), ritratto in occasione della recente cerimonia di premiazione "Premio Milano Produttiva 2016", presso il Teatro alla Scala di Milano. "Riboli dal 1965" è tra gli esercizi commerciali riconosciuti storici da Regione Lombardia

## Negozi e mercati storici Nuovi riconoscimenti da Regione Lombardia

Regione Lombardia ha riconosciuto 49 nuovi negozi e 2 mercati storici che verranno inseriti nel Registro regionale dei luoghi storici del commercio. Per Milano, Lodi, Monza e Brianza assegnati i riconoscimenti al mercato a valenza storica di via Monte Grappa a Cusano Milanino e agli esercizi commerciali: Cambielli Casa (via Marsala a Casalpusterlengo); Oreficeria Sali Conti (via Mascagni a Sant'Angelo Lodigiano); Bar Ristorante Pizzeria da Rino (via Manzoni a Somaglia); Polleria Mercandalli (piazza Aldo Moro a Bovisio Masciago); Sordi Gioielli (via Umberto I a Varedo); Alimentari Invernizzi (Alzaia Naviglio Grande ad Abbiategrasso); Riboli dal 1965 (via Alessandro Volta a Senago); Guffanti Impianti (via Piero della Francesca a Milano); La Bottega del Gelato da Cardelli (via Pergolesi a Milano) e Maglieria Tina (via Tito Livio a Milano). (SM)

CONVENZIONI RISERVATE  
AI SOCI. AGGIORNAMENTI  
CONTINUI SUL SITO.



PER LA TUA ATTIVITÀ  
E LA TUA FAMIGLIA



CONDIZIONI  
ESCLUSIVE

NUOVE  
CONVENZIONI

ESCLUSIVA

PROMOZIONI  
SEMPRE  
AGGIORNATE



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



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

# Con Satispay pagamenti convenienti

*Satispay offre ai commercianti e ai loro clienti una nuova modalità di pagamento a basso costo, sicura, veloce ed innovativa*

## Cos'è Satispay

Satispay è un circuito di pagamento alternativo alle carte di debito e credito, totalmente indipendente da banche e operatori, a cui si accede tramite una semplicissima app (per smartphone e mobile device) con immediati vantaggi per esercenti e utenti privati.



## Perché Satispay conviene al commerciante

L'esercente può avvalersi di questa nuova modalità di incasso, semplicemente iscrivendosi al Servizio Satispay Spot Business che dà la possibilità di accettare pagamenti da tutti gli utenti Satispay. Costi del Servizio Business:

- zero costi di attivazione, nessun canone mensile, nessun costo per eventuale recesso;
- nessuna commissione per incassi fino a 10 euro
- commissione di € 0,20 per incassi superiori a 10 euro, indipendentemente dall'importo.

## Perché conviene al consumatore

L'utente privato, attraverso l'app Satispay, può scambiare denaro con i propri contatti della rubrica e pagare nei negozi convenzionati che vengono mostrati in ordine di vicinanza rispetto alla propria posizione.

L'iscrizione da utente privato si effettua direttamente dall'app Satispay in pochi minuti inserendo i propri dati anagrafici e l'Iban del proprio conto corrente. La scelta di utilizzare il conto corrente deriva da un duplice discorso di sicurezza ed efficienza. Al contrario dei numeri delle carte di credito, l'Iban non è un dato sensibile e l'utilizzo del conto corrente per l'accesso ai propri fondi garantisce la totale gratuità del servizio dedicato ai privati.

L'app Satispay funziona esattamente come una prepagata: il cliente definisce l'importo da avere a disposizione per i suoi acquisti o scambi. Questa cifra viene prelevata dal conto corrente collegato e aggiornata settimanalmente per fare in modo che l'utente abbia a disposizione sempre lo stesso importo ogni lunedì.

## Solo per i soci di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Satispay propone l'attivazione della Suite Software di Business Intelligence e Marketing (componente integrativa del servizio) con uno sconto del 75% rispetto al canone annuale (€ 199,00 + Iva), quindi ad un prezzo di € 50 + Iva.

Qualora il valore del canone dovesse subire variazioni, la percentuale di sconto offerta ai soci rimarrà la medesima.

Per attivare il servizio Satispay Spot Business bisogna contattare la Direzione Rete Organizzativa – Area Sviluppo Associativo, tel. 027750372, email [convenzioni.impresa@unione.milano.it](mailto:convenzioni.impresa@unione.milano.it)

Satispay offre agli utenti privati un "Welcome Bonus" di € 5 a chiunque si registri utilizzando il codice promozionale CONFCEMI.

## IL TUO POS COSTA TROPPO?

Ti presentiamo una soluzione per abbattere drasticamente i costi delle transazioni elettroniche: Satispay!

**SCOPRI TUTTI I VANTAGGI  
PER I SOCI CONFCOMMERIO**

Iscriviti la tua attività su: [business.satispay.com/signup](http://business.satispay.com/signup)



## Promozione

Iscrivi gratuitamente la tua attività e, sino alla fine di luglio, i tuoi clienti possono beneficiare di un rimborso immediato del 10%, interamente offerto da Satispay, su tutti gli acquisti su Milano e area metropolitana, effettuati tramite l'app dedicata.



## 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



**Carlo Sangalli e Stefano Crespi**  
(immagine di Benedetta Borsani)

*Premiate  
al Circolo del Commercio di Milano  
le studentesse-artiste  
dell'Accademia di Brera*



## La seconda edizione del Premio Dino Sangalli I riconoscimenti

**A** Narajes Gorbani, Jingqiu Lu e Sara Zaghetto i tre riconoscimenti, al Circolo del Commercio di Milano, per la seconda edizione del Premio Dino Sangalli (istituito da Confcommercio Milano in ricordo di un uomo, un medico che ha dedicato la sua vita agli altri). Al premio, in collaborazione

con l'Accademia delle Belle Arti di Brera, hanno partecipato quest'anno le studentesse-artiste dell'Accademia chiamate a confrontarsi sulla figura femminile, tema scelto per l'edizione 2016 de "Le Sale dell'Arte" (il ciclo di mostre al Circolo del Commercio). Assegnate anche quattro menzioni speciali a: Irene Ghidelli, Rho Hyekyeong, Simona Valotti e Media Zabih Kashani.

Alla cerimonia di premiazione sono intervenuti il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli; Franco Marrocco, direttore dell'Accademia delle Belle Arti di Brera e il critico d'arte professor Stefano Crespi. (BB)

**Premio Dino Sangalli 2016:**  
assegnazione  
dei riconoscimenti,  
con il presidente  
di Confcommercio  
Carlo Sangalli,  
alle studentesse-artiste  
dell'Accademia di Brera:  
Narajes Gorbani (foto 1);  
Jingqiu Lu (foto 2) e Sara  
Zaghetto (foto 3)



Associazione territoriale Confcommercio



Carlo Alberto Panigo (foto di Carlo Sierra)



## Rho: Carlo Alberto Panigo confermato presidente

Il Comitato Direttivo dell'Associazione territoriale Confcommercio di Rho ha riconfermato Carlo Alberto Panigo presidente per un ulteriore mandato quadriennale. Rieletto per acclamazione dall'organismo che rappresenta oltre 1.500 imprese che operano sul territorio rhodense, Panigo ha evidenziato le iniziative più significative intraprese negli anni appena trascorsi ed ha fissato alcuni obiettivi per questo nuovo mandato: l'avvio di un'azione di modernizzazione, riqualificazione e rinnovamento dell'Associazione,

con l'obiettivo di rendere il sistema associativo più agile e più efficace; il rafforzamento del ruolo di rappresentanza sindacale della categoria nei confronti delle istituzioni e delle forze economiche e sociali del territorio; la valorizzazione in ambito locale delle piccole imprese del terziario. Il Comitato Direttivo ha inoltre provveduto all'elezione delle altre cariche sociali: Andrea Agosti, vicepresidente vicario; Angelo Brignoli, vicepresidente; Davide Castiglioni e Piero Donati componenti di Giunta.

*Andrea Agosti  
vicepresidente vicario;  
Angelo Brignoli  
vicepresidente*

## Ancra: Paolo Galimberti rieletto alla presidenza

Paolo Galimberti è stato rieletto per acclamazione presidente di Ancra, l'Associazione nazionale dei commercianti, radio, televisione elettrodomestici, dischi, aderente a Confcommercio.

L'Assemblea, svoltasi in Confcommercio Milano, ha riconfermato il Consiglio direttivo per il prossimo quadriennio (vicepresidente vicario di Ancra è Dario Bossi). "Ringrazio tutti i colleghi che mi hanno riconfermato la loro fiducia – afferma il senatore Galimberti – con rinnovato impegno valorizzeremo il pluralismo distributivo in un comparto così importante per i consumi che, nonostante le difficoltà incontrate dal mercato negli ultimi anni, sta mostrando positivi segnali di ripresa".



Paolo Galimberti

# Unione Commercianti di Monza

## Domenico Riga presidente

**E'** Domenico Riga il nuovo presidente dell'Unione Commercianti di Monza: è stato eletto dal Consiglio direttivo (con l'elezione di Riga si è concluso il periodo di presidenza delegata dell'Associazione affidato a Carlo Alberto Panigo, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza). Ottico optometrista con una vasta esperienza professionale, Domenico Riga ha un negozio di ottica a Monza, in via Segantini.



### Convenzioni

#### Prova **BOX UP**

Una prova del tutto gratuita per provare e scoprire il servizio **Box Up** con la nuova promozione esclusiva.



**boxup** - **DEPOSITO**  
self storage **SELF SERVICE**

**FINO ALLA FINE DI AGOSTO GRATIS** senza alcun impegno di contratti successivi.

**Ulteriore 10% di sconto cumulabile sulle promozioni in corso.**

**Box Up** è il luogo conveniente, ideale e sicuro e con accesso tutti i giorni dell'anno.

Lo spazio in cui sono custoditi oggetti e documenti è individualmente allarmato e chiuso con un lucchetto. I contratti sono flessibili e si adattano alle diverse esigenze. Il prezzo varia in funzione della dimensione e della durata. Si paga solo lo spazio di cui si ha realmente bisogno.



*Tutte le informazioni sul sito*  
**[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**  
*nella sezione dedicata alle convenzioni*

La collaborazione con Animation Italia



Foto di repertorio: l'accordo tra Asseprim e Animation Italia (firmano il presidente di Asseprim Umberto Bellini e Giorgio Scorza, presidente di Animation Italia)

**V**i sono tassi di sviluppo considerevoli – rileva Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese - per il mercato dell'animazione in tutte le sue sezioni (cinema – serie animate – videogame) con una crescita, secondo le stime più accreditate, ad un tasso medio annuo del 5%, sfiorando un fatturato globale di 240 miliardi. Le ragioni di questo veloce sviluppo sono da ricercare sia negli sviluppi della tecnologia sia nell'apertura di mercati quali, ad esempio, Cina, Brasile, India, Russia, Asia area del Pacifico. Ma anche nel fatto che l'animazione permette un linguaggio universale che riesce a comunicare a tutte le culture ed a tutte le latitudini.

L'Italia, pur essendo considerata una nazione altamente creativa e con tecniche di produzione innovative, non è riuscita sino ad ora ad emergere adeguatamente e ad imporsi a livello europeo come hanno fatto, in particolare, Francia e Irlanda. Non c'è un efficace sistema di incentivi pubblici (come esiste nei Paesi citati) e gioca un suo ruolo anche la specificità dell'Italia con un solo interlocutore nazionale (la Rai). I talenti, nel nostro Paese, non trovando spazio congruo vanno all'estero dove riescono ad affermarsi.

In questo quadro Asseprim ha valutato insieme ai suoi soci dell'area audiovisiva come questo fosse il momento giusto per intercettare un'opportunità di mercato - non semplice, ma sicuramente molto interessante – e rilanciare il business dell'animazione italiana, della relativa filiera e delle occasioni professionali ad essa legate.



**ASSEPRIM**  
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI  
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



**Animation  
Italia**  
associazione nazionale  
imprese dell'animazione



Immagine dal sito di Animation Italia

## Asseprim: animazione “nuova frontiera” con tante opportunità di mercato

E' stato stretto da Asseprim un sodalizio con Animation Italia (vedi *Unioneinforma* di marzo a pag. 27 n.d.r.), Associazione che rappresenta le imprese della produzione audiovisiva e multimediale in animazione e che guarda all'internazionalizzazione del settore.

La sfida è quella di sviluppare: 1) un polo associativo-imprenditoriale che vuole dare impulso a nuove prospettive economiche e creative per l'animazione italiana, in collaborazione con tutti i player del settore; 2) un polo per la formazione per-

manente, con l'obiettivo di creare occasioni per la formazione di risorse professionali di alto profilo; 3) di promuovere l'utiliz-

zo dell'animazione come strumento di formazione presso vari target e diffonderne cultura e linguaggio.

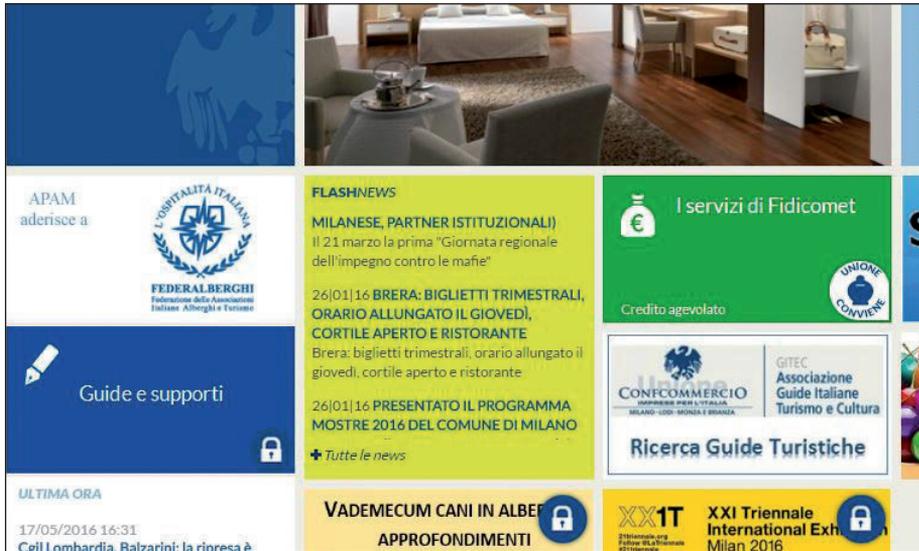
Ultima fra le iniziative realizzate da Asseprim con Animation Italia (in questi giorni, 12 luglio) un incontro di networking per confrontarsi sui cambiamenti che stanno interessando il comparto dell'audiovisivo come, ad esempio, la revisione della Direttiva del Parlamento Europeo sulla fornitura di servizi media ed audiovisivi e

il nuovo disegno di legge su cinema e audiovisivo.

Se su Roma si concentra l'industria cinematografica, la maggior parte delle aziende di animazione italiane e della filiera è ubicata a Milano ed in Lombardia. Il nuovo strumento legislativo, attualmente in discussione al Senato – rileva Asseprim - può diventare per Milano e per le aziende dell'animazione lombarde un trampolino con il quale proiettarsi in questo mercato; Milano può diventare una nuova capitale europea dell'animazione.

Asseprim e Animation Italia stanno lavorando ad un articolato progetto che propone opportunità di formazione a vari livelli, formale e informale, e che ha una particolare attenzione all'inclusione sociale. Un progetto-percorso dedicato alla divulgazione culturale ed alla formazione per dialogare con i differenti target.

# Dal sito di Apam, l'Associazione milanese albergatori, accesso al database per ricercare le guide turistiche associate a Gitec



**Valeria Gerli, presidente Gitec (Associazione guide turistiche)**



**Maurizio Naro, presidente Apam (Associazione milanese albergatori)**

**S**inergia fra gli albergatori e le guide turistiche milanesi. Sull'home page del sito di Apam [www.albergatorimilano.it](http://www.albergatorimilano.it), l'Associazione albergatori di Confcommercio Milano, è presente un riquadro, "Ricerca guide turistiche" (foto dal sito), "linkando" sul quale è possibile accedere al database delle guide turistiche associate a Gitec (l'Associazione delle guide aderente alla Confcommercio milanese). Uno strumento utile per gli albergatori che possono ricercare un contatto e chiedere collaborazione per servizi di visite guidate. E' possibile avere, sulla base dei parametri impostati (lingua, specializzazioni, disponibilità, ecc.) una scheda descrittiva di ogni guida, con informazioni specifiche. (AL)

## Voucher Dote Scuola al centro dell'assemblea congiunta cartolibrari e librai milanesi



**L**e nuove modalità di utilizzo dei voucher Dote Scuola di Regione Lombardia per l'anno scolastico 2016-2017 sono state all'ordine del giorno dell'assemblea congiunta delle Associazioni milanesi dei cartolibrari e dei librai (svoltasi in Confcommercio Milano). Durante l'incontro, presieduto da Alfredo Scotti (presidente dei cartolibrari) e Piero Fiechter (presidente dei librai), è intervenuta Anna Maria Del Vescovo

di Edenred Italia, la società assegnataria del bando per la gestione del servizio Dote Scuola. La rappresentante di Edenred ha illustrato ai presenti le nuove modalità di uso e incasso dei voucher che, con il nuovo anno, verranno caricati direttamente su dispositivi elettronici Crs (Carta regionale dei servizi) o Cns (Carta nazionale) dei genitori. Al termine della presentazione gli associati hanno avuto la possibilità di confrontarsi su alcuni passaggi della nuova procedura (e risolvere, così, piccole criticità dovute alla completa digitalizzazione del processo).

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

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

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



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

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

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

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

# fidicomet

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

20121 Milano • C.so Venezia, 47 • Tel. 02 7630021 • Fax 02 76300246  
[www.fidicomet.it](http://www.fidicomet.it) • [info@fidicomet.it](mailto:info@fidicomet.it)

Socio fondatore di



All'Autodromo di Monza, con il coordinamento del presidente Marco Coldani, una giornata speciale per l'assemblea dell'Associazione italiana commercio chimico



## I 70 anni di AssICC



### ASSEMBLEA GENERALE ASSICC

AssICC ricorda i protagonisti di 70 anni di storia associativa

- |   |  |
|---|--|
| 1) ACEF AZIENDA CHIMICA E FARMACEUTICA SPA  | 14) HULSS & CAPELLI SPA                      |
| 2) ATTILIO CARMAGNANI "AC" SPA              | 15) ILARIO ORMEZZANO - SAI SPA               |
| 3) BIOCHIM SRL                              | 16) IMCD ITALIA                              |
| 4) BTC SPECIALITY CHEMICAL DISTRIBUTION SPA | 17) ISTITUTO DELLE VITAMINE SPA              |
| 5) C.F.M. CO.FARMACEUTICA MILANESE SPA      | 18) L'APROCHIMIDE SRL                        |
| 6) CARBOCROM SRL                            | 19) PIETRO CARINI SPA                        |
| 7) CLAUDIO SAVINI & FIGLI SRL               | 20) PRODOTTI GIANNI SRL                      |
| 8) DOLLMAR SPA                              | 21) SIMP. SOC.IMPORTAZIONE MATERIE PRIME SPA |
| 9) EIGENMANN & VERONELLI SPA                | 22) SPICA S.R.L.U.                           |
| 10) EUROCHEMICALS SPA                       | 23) TELLERINI SPA                            |
| 11) F.IN.CO SRL                             | 24) TILLMANN SPA                             |
| 12) GARZANTI SPECIALTIES SPA                | 25) UNIVAR SPA                               |
| 13) HELM ITALIA SRL                         |  |



Luca Zanderighi, professore di Marketing e strategie d'impresa dell'Università degli Studi di Milano su "Il valore dell'associazionismo e le sfide del mercato" ha contestualizzato il ruolo di AssICC e dato utili spunti su come affrontare in modo "vincente" il mercato. Sono quindi stati assegnati i riconoscimenti del Premio Augusta Baggi, giunto quest'anno alla decima edizione e indirizzato agli studenti meritevoli degli istituti scolastici di chimica: premi a Gerges Manuel e Narvaez Velasquez Luigi Alessandro dell'Istituto Molinari di Milano; Daniele Buongiorno dell'Istituto Majorana di Brindisi; Samuele Chiusano dell'Istituto Buzzi di Prato e Davide Bettini dell'Istituto Castelli di Brescia.

Consegnati, inoltre, gli attestati ai 4 soci benemeriti Paolo Andreoli,

Giuseppe Laieta, Sergio Palumbo e Antonio Schilling con l'ideale passaggio di testimone ai protagonisti delle nuove generazioni. E, in questa pagina, riportiamo i nomi delle aziende protagoniste di 70 anni di storia associativa di AssICC. Infine, per valorizzare il lavoro di squadra che in AssICC si svolge, il presidente Marco Coldani ha anche voluto ringraziare tutte le collaboratrici e i collaboratori dell'Associazione (consegnando a ciascuno un ricordo della giornata). (BB)

AssICC, Associazione italiana commercio chimico, ha festeggiato i suoi 70 anni all'Autodromo di Monza (vedi *Unioneinforma* di maggio a pag. 27 n.d.r.). Una giornata speciale che, con il coordinamento del presidente di AssICC Marco Coldani, ha coinvolto i partecipanti in approfondimenti sull'attualità economica e premiazioni di giovani promesse della chimica e di storici associati che hanno passato gli ideali testimoni alle nuove leve. Poi, visite al Museo della velocità e all'Autodromo. E, per i più temerari, anche un giro ad alta velocità sul circuito: alcuni a bordo della safety car guidata dallo stesso Coldani.

Dopo la relazione introduttiva di Coldani, sono intervenuti Fabrizio Sala, vicepresidente di Regione Lombardia e Simonpaolo Buongiardino, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. L'intervento di



70esimo AssICC: immagini di Benedetta Borsani



Associazione italiana fornitori fonderie

## Maurizio Sala nuovo presidente di Amafond

**E'** Maurizio Sala il nuovo presidente di Amafond, l'Associazione italiana fornitori fonderie. Amafond, al raggiungimento dei suoi 70 anni, riunisce 94 tra le più importanti aziende del settore per un fatturato di 1.400 milioni di euro oltre il 75% dei quali realizzato grazie all'export. Maurizio Sala, presidente di Foundry Ecocer Srl, ha ricoperto per diversi anni la carica di vicepresidente dell'Associazione. I vicepresidenti di Amafond del gruppo prodotti sono: Amedeo Mazzon (direttore commerciale – F.Ili Mazzon Spa) e Angelo Vezzuli (direttore generale – EKW Italia Srl). I vicepresidenti Amafond del gruppo mac-



Maurizio Sala

chine impianti sono: Riccardo Ferrario (direttore generale – Idra Srl) e Francesco Tieghi (amministratore delegato di Fomet Srl).

Macchine e tecnologie utensili

## Premiate da Ascomut le aziende iscritte da 70 anni

**A**l Circolo del Commercio di Milano, in occasione dell'assemblea, Ascomut, l'Associazione italiana macchine tecnologie e utensili (che quest'anno ha tagliato il traguardo del 70° anniversario di fondazione) ha premiato le aziende iscritte sin dal 1946: Bolfram Sas; R.F. Celada Spa; Emanuele Mascherpa Spa; Società Italiana Commerciale Utensili Spa. (BB)



**informa**  
**Unione**

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

PROPRIETA'  
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano  
[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

DIRETTORE RESPONSABILE  
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

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

PER LA PUBBLICITÀ:  
[marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)  
Tel. 02 7750 372

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

*Soddisfazione dell'Associazione Italiana Caffè*

**Caffè non cancerogeno: l'annuncio dell'agenzia Iarc (Organizzazione Mondiale della Sanità) conferma i risultati del convegno ICA in Confcommercio Milano**

**A**nche Iarc, l'agenzia dell'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) per la ricerca sul cancro, ha confermato e pubblicato che il caffè non è cancerogeno, dopo il parere elaborato da circa 20 esperti internazionali. Nel 1991 la bevanda era stata classificata come 2b (possibile cancerogeno), ora è stata inserita nella categoria 3, dove non risultano esserci correlazioni tra caffè e tumore. Secondo le nuove risultanze, Iarc valuta addirittura un effetto protettivo su due tumori: quello del fegato e dell'utero.

Viene altresì valutato positivamente un consumo medio di 3-4 tazzine al giorno per un soggetto normale, cioè non affetto da particolari patologie a livello cardiocircolatorio, gastrico ed epatico.

Come organizzazione di categoria c'è particolare soddisfazione in quanto vengono confermate le risultanze del convegno organizzato da ICA (Italian Coffee Association – Associazione Italiana Caffè aderente a Confcommercio) in collaborazione con Weber Shandwick tenutosi in Confcommercio Milano il 10 marzo, dal titolo "Il ruolo del caffè sulla salute, le più aggiornate evidenze della ricerca scientifica" (vedi l'anticipazione su *Unioneinforma* di febbraio a pag. 23 n.d.r.) illustrate da importanti professionalità, quali: il professor Amleto D'Amicis (già direttore UO INRAN); il professor Gian Franco Gensini (presi-



**A marzo, in Confcommercio Milano, al convegno ICA (Associazione Italiana Caffè) sul ruolo del caffè nella salute è intervenuto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli**

(immagini del convegno ICA di Anna Luccisano)



dente CESMAV, Centro Studi Medicina Avanzata); la dottoressa Sabina Sieri (Fondazione IRCCS, Istituto Nazionale dei Tumori di Milano); il professor Luca Scalfi (ordinario di Fisiologia, Dipartimento di Sanità pubblica - Università Federico II di Napoli), il professor Daniele Del Rio (Nutrizione umana, Dipartimento di Scienze degli alimenti - Università degli studi di Parma); il professor Giorgio Graziosi (presidente DNA Analytica); l'ingegnere chimico Marino Petracco (docente scientifico all'Università del Caffè di Trieste).

Non appena in possesso del testo integrale del parere Iarc, sarà cura di ICA inviarlo a chi ne faccia richiesta (scrivere a: info@associazioneitalianacaffe.it). (AP)



*Ospite la parlamentare Milena Santerini relatrice della proposta di legge, approvata da Montecitorio, sulla disciplina delle professioni di educatore e pedagoga*



**Da sinistra Federica Ortalli (presidente di Assonidi) e la parlamentare Milena Santerini**

**L'assemblea di Assonidi**

**I**n Confcommercio Milano si è svolta l'assemblea di Assonidi (l'Associazione degli asili nido e scuole d'infanzia privati) con l'approvazione del nuovo Statuto e l'intervento della parlamentare Milena Santerini, relatrice della proposta di legge "Disciplina delle professioni di educatore e di pedagoga" approvata dalla Camera. Agli interventi all'assemblea è stato illustrato quale sarà l'impatto sui servizi all'infanzia 0-3 anni e, dopo la sua presentazione, Milena Santerini ha risposto ai quesiti posti per chiarire anche aspetti di non facile interpretazione.



\* di Lucia Mari  
(giornalista di moda)



## Cane e padrone Vogliamo bene ai nostri animali

**L**a macchina si ferma e fa scendere il cane che, ignaro di quanto l'attende, annusa felice l'erbetta. E' questione di un attimo e l'animale si ritrova senza padrone, fuggito vigliaccamente dopo averlo abbandonato.

Purtroppo questi sono ancora fatti di cronaca quotidiana che si intensificano con l'arrivo delle vacanze. Triste, vergognoso rituale, penosa consuetudine che si cerca di debellare con azioni mirate e sensibilizzazioni a tutti i livelli. Una comune lotta contro l'indifferenza che non deprime certo a favore dell'uomo, portata avanti anche dalla tv: assiduo Maurizio Costanzo che dai suoi programmi non perde occasione per coinvolgere gli amici a quattro zampe. Spiegava Francesco d'Assisi che i cristiani devono amare gli animali perché animale deriva da "anima", cioè significa un essere che ha vita, ed è appunto animato. Comunque torniamo alla triste consuetudine dell'abbandono. Per l'animale significa morte certa perché la conseguenza è una sola: la bestiola, infatti, nel tentativo di rincorrere l'auto, viene travolta. Abbandonare dunque: gesto assurdo e incivile: e il fenomeno è in aumento, a dimostrazione di quanta crudeltà possa nascondersi nell'uomo.

Eppure la legge c'è: bisogna farla rispettare. So cosa pensate: ma senti questa qui (che sarei io), è la solita fanatica animalista; eppure ci sono realtà che vale la pena di conoscere. Per esempio il cane che ormai da mesi si recava in chiesa perché ogni giorno accompagnava la padrona: "Ma dove si sarà cacciata?" sembrava domandarsi nel suo peregrinare fra un santo e l'altro, incapace di arrendersi al fatto che la sua adorata padrona non c'era più. Lo ricordo perché, di fronte a questa testimonianza, ti rendi conto che nel derby uomo-cane vince il cane. E bravo il parroco di San Donaci in Puglia, dimostrazione di tanta sensibilità. Ricordo un altro religioso (ormai scomparso) monsignor Canciani della chiesa romana di San Giovanni dei Fiorentini che abitualmente invitava cani e gatti perché, sosteneva, "gli animali sono creature di Dio".

L'ho letto tempo fa: per ovviare a rumori molesti che avrebbero potuto eventualmente innervosire un condominio, alcuni proprietari di cani avrebbero proposto di tagliare loro le corde vocali. Pratica imbecille perché l'abbaiare del cane è utile quando si avvertono rumori sospetti, comunque sempre in caso di pericolo. E' successo ad Alex, bulldog inglese di un'anziana pensionata, crol-



lata per un malore improvviso. Non essendo riuscito ad attirare l'attenzione abbaiando, muore di crepacuore accanto alla sua padrona. Così li hanno trovati. C'è stato, anche, l'eroismo di un piccolo yorkshire: ha evitato che la casa, di notte, prendesse fuoco abbaiando come un matto.

Dedizione, fedeltà estrema, come il soldato caduto in Afghanistan col suo cane, come lui cacciatore di bombe. Storie di animali, tante: anche quella del dobermann capace di piazzarsi in mezzo all'autostrada per richiamare l'attenzione sul padrone ferito, dopo un incidente. E che dire, poi, dei cani meravigliosi che si preoccupano dei ciechi? E coloro che fanno uno stage per essere abilitati alla pet therapy? E non è finita qui: ho avuto il piacere di incontrare Konrad Lorenz (foto qui sopra) etologo di fama mondiale, premio Nobel nel 1973 per la medicina. Bene: lui "parlava" alle oche. Mi sono rimaste impresse le sue parole: "L'uomo sta distruggendo il suo ambiente vitale, quindi se stesso. C'è un degrado dei costumi, pare addirittura che l'aggressività sia necessaria alla vita, allo stesso progresso". I fatti, da tempo, confermano questa drammatica profezia. L'ho conosciuto: avevo faticato ad ottenere l'intervista, non amava vedere gente. Figuriamoci i giornalisti. Consideravo quindi l'incontro una specie di onorificenza.

Un altro incontro casuale, con Alberto Moravia (foto) e il suo spino Arancio. Grande scrittore e grande amico degli animali: cani, gatti, perfino un gufo raccolto e ferito ad Anacapri. Rammento ciò che mi disse: "Il legame che si instaura fra il cane e il suo padrone è quasi misterioso. C'è un filo sottile che li unisce e li rende simili, una solidarietà fedele e sorniona che va al di là del semplice istinto". Addirittura Mark Twain ipotizzava per i cani un paradiso: per quello che sanno offrire, per l'abnegazione con la quale si dedicano ai problemi dell'uomo. Ho reagito con orrore di fronte ad alcuni ragazzotti che giocavano a palla con un cane, perché la palla "era" il cane. Amore per gli animali: ha l'avallo del mai dimenticato Giovanni Paolo II: "Gli animali - diceva - sono animati da un soffio divino".





**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



## Hai necessità di ...?



### SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO:

- documento valutazione rischi aziendali
- rspp esterno
- medico competente e sorveglianza sanitaria
- corsi di formazione
- piano di emergenza
- piano di evacuazione
- certificazione prevenzione incendi
- verifica periodica
- messa a terra impianto elettrico
- d.u.v.r.i./p.o.s.
- servizio defibrillatore



### HACCP e IGIENE DEGLI ALIMENTI:

- piano di autocontrollo
- formazione addetti in aula e online
- tamponi autotest per corretta sanificazione
- verifica taratura termometri

## CLUB DELLA SICUREZZA



### PRIVACY:

- assistenza per informative e consensi
- formazione addetti
- iter videosorveglianza

## CONTATTACI PER IL TUO PREVENTIVO

e se pensi di non avere necessità  
... per **SICUREZZA** ...  
contattaci comunque!

### Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 7750.590/591 - Fax 02 7750.895 - club.sicurezza@unione.milano.it  
club.haccp@unione.milano.it - club.privacy@unione.milano.it

