

Unione

informa



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

FOODFRIENDS

CONFCOMMERCIO MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Dal 4 all'11 maggio il fuorisalone del gusto



Nuovo logo e presentazione del Club di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza SANGALLI: ATTIVITÀ STORICHE PUNTI ATTRATTIVI DEL TERRITORIO



Novità fiscali 2017: grande partecipazione al convegno in Confcommercio Milano

Giovani imprenditori:
a Wake Mi Up
è arrivato
"Il Milanese Imbruttito"



GLI STRUMENTI DI CONFCOMMERCIO MILANO TRADIZIONE E INNOVAZIONE



135 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

Corso Venezia, 47 - 20121 Milano | Tel: 02.77.50.362
E-mail: marketing@unione.milano.it
www.confcommerciomilano.it



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA



140 caratteri di confcommercio



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

Qui nasce la sfida, la nostra sfida per il futuro. Fare gli interessi del terziario per costruire gli interessi generali, mettendo al centro i territori e le persone. Anzi, la persona, detto con un po' di quell'Umanesimo cristiano che è al fondo, all'essenza dei valori europei.



TAJANI PRESIDENTE DELL'EUROPARLAMENTO. SANGALLI: "RICONOSCIUTO IL RUOLO DELL'ITALIA IN EUROPA"
 "E' il riconoscimento all'Italia del ruolo che svolge in Europa e al neopresidente per il lavoro svolto in questi anni con passione e dedizione all'interno del Parlamento e delle istituzioni europee. L'esperienza maturata in questi anni e la sensibilità politica consentiranno a Tajani di ricoprire questo incarico con equilibrio e competenza, non rinunciando a rafforzare le istanze del nostro paese in Europa": così il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ha commentato la nomina di Antonio Tajani a presidente dell'Europarlamento.





Con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza dal 4 all'11 maggio nell'ambito di Milano Food City con Week&Food fuori salone di Tuttofood

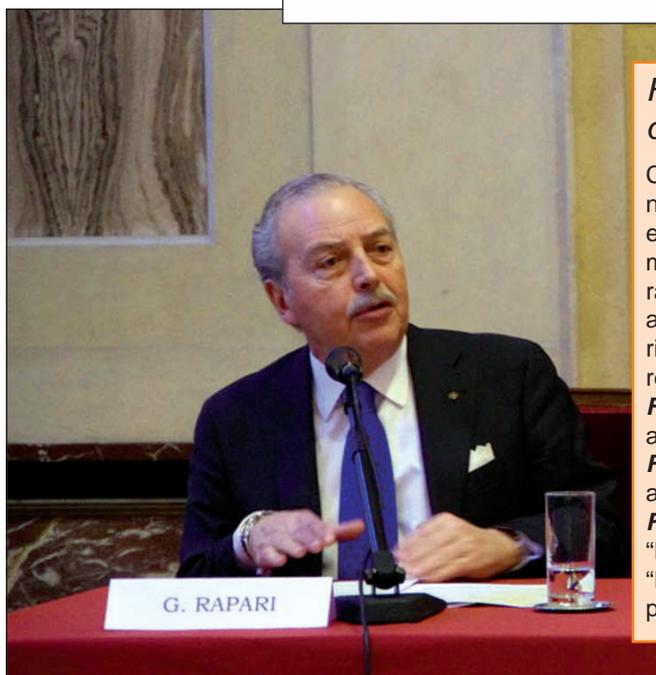
FoodFriends, eventi e saperi del gusto

In linea con l'eredità di Expo, Milano dal 4 all'11 maggio sarà capitale dell'alimentazione: a Palazzo Marino, sede del Comune, sono state illustrate le iniziative di Milano Food City. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, con il consigliere Giorgio Rapari incaricato dello sviluppo associativo, ha presentato il progetto FoodFriends che si terrà all'interno di Week&Food, il fuori salone di Tuttofood, la fiera internazionale dedicata all'agroalimentare (in programma a Fieramilano dall'8 all'11 maggio).

Con FoodFriends vi saranno ogni giorno, dal 4 all'11 maggio, eventi enogastronomici, degustazioni, showcooking e approfondimenti all'insegna di qualità, professionalità, tracciabilità del prodotto ed educazione alimentare. Il territorio, attraverso il denominatore comune dell'alimentazione, sarà un grande laboratorio di sperimentazione e di tendenze dei nuovi saperi del gusto e dell'innovazione tecnologica. Le iniziative di FoodFriends coinvolgeranno la città (con particolare attenzione alle periferie), ma anche l'area metropolitana milanese, Monza e Lodi.

“Confcommercio partecipa con il progetto FoodFriends a questo nuovo evento con l'obiettivo di creare attorno alla

FOODFRIENDS
CONFCOMMERCIO MILANO·LODI·MONZA E BRIANZA



FoodFriends in quattro declinazioni

Come? Tutto in quattro declinazioni: **FoodFriends Day** con assaggi e presentazioni nei negozi di alimentari e nei mercati coperti; ristoranti, bar e locali offriranno menù e aperitivi degustazione legati al territorio di Milano, alle diverse culture alimentari del mondo, al bio. **FoodFriends Night** con feste in alcune vie della città e **FoodFriends Weekend** dedicato all'accoglienza. Infine **FoodFriends Charity** con la “FoodFriends doggy bag” e la “FoodFriends sustainability week” per la lotta allo spreco alimentare.

filiera agroalimentare una vetrina di grande attrattiva, come già esiste per design, moda e arte, e contribuire a fare di Milano una città sempre più internazionale e competitiva. Il territorio con i suoi negozi, ristoranti, pubblici esercizi e alberghi è pronto ad accogliere turisti e visitatori di Tuttofood con iniziative all'insegna del buon cibo, della corretta alimentazione e dell'eccellenza imprenditoriale” spiega Rapari.

Iniziativa aperte al pubblico a Palazzo Bovara (Circolo del Commercio), Caselli di Porta Venezia e Capac Politecnico del Commercio e del Turismo

Le associazioni di Confcommercio, dal polo agroalimentare ai pubblici esercizi, dagli albergatori agli ambulanti, alle aziende produttrici di articoli per la cucina e la tavola, dalle guide turistiche ai traduttori, alle temporary location, alla scuola di formazione, parteciperanno con eventi, showcooking, approfondimenti culturali, progetti di solidarietà: sia con iniziative sul territorio sia con iniziative aperte al pubblico che saranno realizzate a Palazzo Bovara (il Circolo del Commercio), ai Caselli di Porta Venezia

(sede del polo agroalimentare della Confcommercio milanese) e al Capac Politecnico del Commercio e del Turismo.

FoodFriends, nel momento in cui si scrive, è un palinsesto "work in progress" con iniziative già definite come, ad esempio, il ricco programma di eventi che animerà il Casello Ovest di Porta Venezia

dove dettaglianti ortofrutticoli, macellai, erboristi, panificatori e enoteche approfondiranno temi legati al valore della frutta e della verdura, della carne, delle tisane, del pane della tradizione milanese e del mondo del vino con esperti e degustazioni aperte al pubblico.

Nella sala Alessi di Palazzo Marino (Comune di Milano) la presentazione di Milano Food City con il progetto FoodFriends. Nelle foto (di Valentina Murgia) gli interventi del sindaco Giuseppe Sala, degli assessori Roberta Guaineri e Cristina Tajani e un primo piano di Giorgio Rapari, consigliere Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Poi una foto del pubblico presente alla conferenza stampa cui hanno preso parte anche Mauro Parolini, assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia; Roberto Rettani, presidente Fiera Milano; Alberto Meomartini, vicepresidente della Camera di Commercio di Milano



Il Capac, Politecnico del Commercio e del Turismo, aprirà la sua sede di viale Murillo 17 per presentare la scuola e

le opportunità formative. Dedicerà ampio spazio alla pizza con degustazioni e showcooking di pizze gourmet e approfondimenti sulle farine e le cotture dei forni.

Spazio anche per i più piccoli con finalità ludiche e di educazione alimentare. A Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio in corso Venezia 51, tra le varie iniziative: happy hour con cocktail a base di caffè e finger food

preparati da maestri

del caffè, approfondimenti sulle miscele e caffè monorigine, oltre a un minicorso sull'utilizzo corretto della moka.



NUOVO SUV PEUGEOT 3008

MAI UN SUV SI È SPINTO COSÌ LONTANO



PEUGEOT



SCOPRI GLI SCONTI ESCLUSIVI SULLA GAMMA PEUGEOT DEDICATI A CONFCOMMERCIO MILANO



AUTOVETTURE

Modello	Sconto su Listino
Peugeot 108	19%
Peugeot 208	23%
Peugeot 2008	15%
Peugeot 308	19%
Peugeot Nuovo 3008	15%
Peugeot Nuovo 5008	15%
Peugeot 508	30%
Peugeot Bipper Tepee	25%
Peugeot Partner Tepee	28%
Peugeot Traveller	23%

VEICOLI COMMERCIALI

Modello	Sconto su Listino
Peugeot 208 VAN	17%
Peugeot Bipper	26%
Peugeot Partner	32%
Peugeot Partner Elettrico	11%
Peugeot Nuovo Expert Combi	29%
Peugeot Nuovo Expert	30%
Peugeot Boxer	33%
Peugeot Boxer Combi	29%

VEICOLI COMMERCIALI MIX

Modello	Sconto su Listino
Peugeot 208 Mix	22%
Peugeot 2008 Mix	14%
Peugeot 308 Mix	18%
Peugeot 3008 Mix	23%
Peugeot 5008 Mix	23%
Peugeot Bipper Tepee Mix	25%
Peugeot Partner Tepee Mix	26%
Peugeot Nuovo Expert Combi Mix	26%
Peugeot Traveller Mix	20%

CHIEDI INFORMAZIONI SULLE OFFERTE A TE RISERVATE

Scrivi a peugeotmilano@peugeot.com oppure contatta la sede più vicina

Sede di Milano - Via Gattamelata, 41 - 20149 Milano - Tel. 02 39 76 31

Sede di Milano - Via dei Missaglia, 89 - 20142 Milano - Tel. 02 89 34 631

Sede di Sesto San Giovanni - Via Carducci, 299 - 20099 Sesto San Giovanni - Tel. 02 24 44 181



Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio

Outlook Confcommercio-Censis Più capacità di spesa ma poca fiducia Ridurre la pressione fiscale

Presentati i risultati dell'Outlook Italia Confcommercio-Censis su clima di fiducia e aspettative di famiglie e imprese, andamento dei consumi e prospettive economiche. "Nel 2016 – ha spiegato il direttore dell'Ufficio Studi di Confcommercio Mariano Bella - c'è stato un miglioramento della capacità di spesa delle famiglie, ma al tempo stesso il clima di fiducia è peggiorato creando una dicotomia forte tra reddito disponibile e fiducia. Serve un taglio generalizzato della pressione fiscale".

Per il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli "in una situazione del genere è difficile consolidare il trend di crescita dei consumi, che sono il traino degli investimenti". Non servono, ha affermato Sangalli "ricette straordinarie. Bisogna, anzi, abbandonare la logica degli interventi spot e dei bonus, per intraprendere invece un percorso di riduzione generalizzata delle aliquote Irpef. Si andrebbe così incontro al desiderio di oltre il 70% delle famiglie che individuano nella riduzione delle tasse la priorità del Paese. Anche perché, finché si mantiene l'attuale livello di pressione fiscale, sarà difficile aspettarci Pil e consumi in linea con gli altri Paesi europei".

I DATI

"E' vero – ha spiegato Bella - che negli ultimi due anni si è mediamente recuperato un po' di reddito (600 euro a testa rispetto al 2014 mentre ne restano altri 2.700 da recuperare rispetto al massimo del 2007) però l'intonazione della fiducia resta debole". "Mettiamo a sistema la fiducia – ha proseguito - con alcuni parametri macroeconomici per chiarire il senso delle nostre preoccupazioni sul 2017: l'occupazione dovrebbe crescere meno che nel 2016, cioè dello 0,4% contro l'1%, anche a motivo della riduzione della decontribuzione". "I bonus - ha sottolineato il direttore dell'Ufficio Studi - spiace dirlo, ma è una cosa ben nota, provocano una specie di assuefazione. Hai bisogno di sempre maggiori bonus per ottenere un certo effetto oppure, ridotto il bonus, si riduce la risposta". "Nella legge di Stabilità – ha aggiunto - ci sono tanti provvedimenti, ottimi presi uno per volta, ma forse slegati, incapaci di testimoniare una strategia efficace, di cui fidarsi e su cui puntare".

Marchi storici: contributi a fondo perduto

Acquisto di beni strumentali e di servizi specialistici esterni, con una dotazione finanziaria complessiva di 4,5 milioni di euro: il Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere promuovono un bando rivolto alle imprese interessate a valorizzazione, rafforzamento, protezione ed estensione comunitaria e internazionale dei marchi storici con almeno 50 anni di vita (documentati da una domanda di deposito antecedente al 1° gennaio 1967).

Gli interessati (micro e pmi di tutti i settori economici) potranno accedere a contributi a fondo perduto fino all'80% delle spese sostenute (successivamente al 29 dicembre 2016) fino ad un massimo di 120.000 euro.

Le domande di contributo potranno essere presentate a partire dalle ore 9 del 4 aprile sino ad esaurimento delle risorse disponibili.

Due i passaggi:

- compilazione del form on line per l'attribuzione del numero di protocollo;
- invio della domanda di agevolazione entro 5 giorni dalla data di assegnazione del protocollo esclusivamente tramite Pec all'indirizzo: marchistorici@legalmail.it



Info sul sito www.marchistorici.it

Al Circolo del Commercio di Milano "E tu che storia sei?":
la presentazione del Club Imprese Storiche
di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.
Premiata con un concorso la migliore idea per il logo



Sul canale Youtube di Confcommercio Milano,
Lodi, Monza e Brianza
guarda il video realizzato dall'Ufficio stampa

Carlo Sangalli: **attività storiche** eccellenze e punti attrattivi del territorio

Al Circolo del Commercio di Milano l'evento "E tu che storia sei?", con il presidente Carlo Sangalli, per presentare il Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, aperto alle imprese con più di 25 anni d'attività. "Negozi e locali storici - ha detto Sangalli - sono punti di eccellenza del nostro territorio che vanno maggiormente valorizzati e promossi anche a livello internazionale. La longevità di queste imprese è il risultato della capacità di innovarsi senza disperdere le tradizioni e restare



sul mercato spesso riuscendo a gestire con successo il passaggio generazionale".

Con Sangalli, al Circolo del Commercio, Gian Giacomo Schiavi, scrittore e giornalista del Corriere della Sera; il coordinatore del Club Alfredo Zini e Ada Comoretto, titolare della storica attività di tecnoelettrica a Milano in corso Como. E' intervenuta Cristina Tajani, assessore al Commercio e alle Attività produttive del Comune di Milano.

Durante l'evento (vedi i precedenti *Unioneinforma*: a gennaio a pag. 1, a dicembre 2016 a pag. 10 n.d.r.) è stato presentato il logo



identificativo del Club Imprese Storiche scelto con un concorso d'idee organizzato con la collaborazione di Giovanni Fontana e rivolto agli studenti di università e accademie. Il voto su Facebook ha premiato il logo ideato da Marinetta Gorassini della Libera università di Bolzano.



Immagini (alcune foto di Giulio Ziletti) con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, il coordinatore del Club Imprese Storiche Alfredo Zini; il giornalista e scrittore Giangiacomo Schiavi (Corriere della Sera); l'imprenditrice Ada Comoretto (anche in negozio con il figlio Roberto in una foto di Dunya Bighinati a pag. 8); Marinetta Gorassini, vincitrice del concorso d'idee per scegliere il logo del Club; Cristina Tajani, assessore al Commercio e alle Attività produttive del Comune di Milano

▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 7 ▶▶▶

**FAVORIRE IL PASSAGGIO
GENERAZIONALE: PROPOSTA
DI UN BANDO PER AIUTARE
I GIOVANI IMPRENDITORI** - In

Lombardia sono 12 mila le imprese del commercio e dei servizi con più di 50 anni di attività, il 28% del totale italiano. A Milano - fonte: Camera di Commercio - sono 6.500 (più di 400 quelle nate prima del 1940), ma in calo - 238 in meno - rispetto all'anno precedente. "La vita media di una nuova impresa - spiega Sangalli - è, in Lombardia, di meno di 15 anni (a Milano 16) e con la chiusura di attività tradizionali si rischia non soltanto di impoverire il territorio, ma anche il know how imprenditoriale di un'economia locale. Lanciamo la proposta di un bando per i giovani imprenditori under 35 che rilevino un'attività commerciale o di pubblico esercizio di piccole dimensioni con un'insegna che abbia più di 25 anni, impegnandosi a mantenerla". Bando che potrebbe essere indetto dal Comune di Milano in forma sperimentale impiegando risorse pubbliche con contributi a fondo perduto fino a 10mila euro.



All'iniziativa di presentazione del Club Imprese Storiche protagonisti anche gli allievi del Capac Politecnico del Commercio e del Turismo con il rinfresco-aperitivo realizzato al termine dell'evento: nelle foto i giovani del servizio sala e gli chef con i docenti del Capac

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
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	tel. 02 94967383	Melegnano - Via Pertini 18/24	tel. 02 9830768
Binasco - S.S. dei Giovi 8	tel. 02 9055219	Melzo - Via Turati 6	tel. 02 9550084
Bollate - Via degli Alpini 4	tel. 02 3502814	Monza - Via De Amicis 9	tel. 039 360771
Bresso - Via Patellani 58/60	tel. 02 66501379	Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37	tel. 02 9181247
Cassano d'Adda - Via Verdi 5	tel. 0363 61503	Rho - Via XXV Aprile 6	tel. 02 9303480
Castano Primo - C.so San Rocco 1	tel. 0331 880691	Rozzano - Via Mimose 63	tel. 02 8257653
Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14	tel. 02 9230715	Segrate, Fraz. Rovagnasco - Via Monzese 20	tel. 02 2134518
Cinisello Balsamo - Via Frova 34	tel. 02 66049259	Seregno - Via Don Minzoni 2	tel. 0362 231234
Corsico - Via della Liberazione 26/28	tel. 02 4479582	Sesto S. Giovanni - Viale Marelli 5	tel. 02 2621679
Desio - Via Diaz 8	tel. 0362 624541	Seveso - Corso Marconi 35	tel. 0362 506724
Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2	tel. 02 9513320	Vaprio d'Adda - Via Vanvitelli 32	tel. 02 90966402
Legnano - Via XX Settembre 12	tel. 0331 440335	Vimercate - Largo Pontida 3/9	tel. 039 6850839
Lissone - Via Madonna 13	tel. 039 482045	Unione Confcommercio Lodi	
Magenta - Via Volta 62	tel. 02 97298074	Lodi - Via Haussmann 1/B	tel. 0371 432106



*Grande partecipazione
al convegno
nella sala Orlando
di corso Venezia*

Fisco, le novità 2017 per le imprese spiegate in Confcommercio Milano

Grande partecipazione nella sede della Confcommercio milanese (nella sala Orlando di Palazzo Castiglioni, in corso Venezia) per il convegno promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (Direzione Tributaria) con le novità fiscali per le imprese nel 2017. L'iniziativa, con gli esperti fiscali della Confcommercio milanese, ha visto la partecipazione di Vincenzo De Luca, responsabile Settore fiscalità d'impresa di Confcommercio e della Direzione regionale lombarda dell'Agenzia delle Entrate. Dalla determinazione del reddito per gli imprenditori minori, alla contabilità semplificata, ai nuovi adempimenti in materia di Iva: numerosi i temi affrontati con la possibilità, per le imprese, di ottenere spiegazioni e chiarimenti.

Dal convegno fiscale di Confcommercio

Su www.confcommerciomilano.it (accesso per i soci con user e password) si può scaricare la documentazione del convegno fiscale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



Novità Fiscali 2017: scarica i documenti del Convegno



Milano, Lodi, Monza e Brianza sono emerse anche alcune criticità interpretative e normative: in particolare su possibili perdite che si generano con il passaggio al nuovo regime dei minimi e sugli effetti fiscali in caso di uscita dal nuovo regime Iri (l'imposta sul reddito d'impresa). Aspetti sui quali Confcommercio opera con le competenti istituzioni per appor- tare i necessari correttivi e miglioramenti.



Immagini dal convegno fiscale in Confcommercio Milano (due foto di Benedetta Borsani)



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



Unione
Promo.Ter

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



IL TUO SERVIZIO DI AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

Promo.Ter Unione è l'ente nato per l'amministrazione del personale, con la gestione delle **buste paga** e il versamento dei **contributi**, garantendo professionalità, specializzazione e assistenza.



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

GLI STRUMENTI GIUSTI PER PRENDERTI CURA DELLA TUA ATTIVITA'

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

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

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

Per informazioni e preventivi gratuiti: libri.paga@unione.milano.it

*Mettere al centro del rilancio l'impresa.
Correggere le storture della deregulation*

Orari d'apertura Torniamo ad essere davvero "europei"

La situazione della nostra economia reale è ad una svolta: o il Governo, senza campare scuse o accuse alla Comunità europea, identifica un piano che preveda una vero cambio di direzione per tasse, burocrazia, giustizia e che miri a premiare chi lavora e, se imprenditore, rischia, oppure il tanto temuto irreversibile declino ci avvolgerà.

Il rischio di essere, sottoposti alla procedura di infrazione, e quindi indirettamente commissariati, per lo sfioramento dello 0,2% dei conti e che ci vengano imposti ulteriori sacrifici - cosa che ad altri Paesi non sono stati comminati - la dice lunga sulla incapacità di risalire la china della ripresa e fare, almeno, quanto la media europea.

Al centro di questo piano di rilancio va messa l'impresa che, di qualunque dimensione e attività, è il primo perno economico. Perché essa funzioni al meglio debbono essere fornite munizioni: dicasi agevolazioni, sostegno agli investimenti per modernizzarsi, eliminazione di lacci e laccioli.

Le produzioni industriali sono destinate fisiologicamente a calare a causa di molteplici motivazioni: tra cui logistica, costo complessivo del lavoro, norme controverse in termini di salute e ambiente. Mentre commercio e artigianato, grazie alla loro importanza per l'attrattività turistica, possono diventare traino della nostra economia reale.

Le produzioni industriali sono destinate fisiologicamente a calare a causa di molteplici motivazioni: tra cui logistica, costo complessivo del lavoro, norme controverse in termini di salute e ambiente. Mentre commercio e artigianato, grazie alla loro importanza per l'attrattività turistica, possono diventare traino della nostra economia reale.



Bruno Villois



La rete commerciale, soprattutto di piccole e medie dimensioni, è radicata in ogni dove: sovente è, però, soffocata da imposizioni pubbliche assurde che le hanno fatto perdere colpi.

Per ridisegnarsi e riprendere quota, va aiutata a modernizzarsi e a puntare su un'accresciuta competenza professionale. Ma va anche ridimensionata la deregulation per evitare il dilagare di aperture che non dispongono di corretti fondamentali economici e professionali per farlo, e soprattutto

vanno rivisti gli orari di apertura ridisegnati secondo i livelli di quelli in corso nella maggioranza dei Paesi europei.

La forza propulsiva che può avere il commercio è straordinaria, ma in assenza di quanto elencato, sarà molto difficile riuscire a farla esprimere al massimo del suo potenziale.

Bruno Villois

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

CONVENZIONI RISERVATE AI SOCI. AGGIORNAMENTI CONTINUI SUL SITO.

PER LA TUA ATTIVITÀ
E LA TUA FAMIGLIA



CONDIZIONI
ESCLUSIVE

ESCLUSIVA

NUOVE
CONVENZIONI

PROMOZIONI
SEMPRE
AGGIORNATE



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



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

Al Circolo
del Commercio
di Milano
(Palazzo Bovara)

Foto di Mattia Dognini



L'incontro con "Il Milanese Imbruttito": da sinistra, la giornalista Paola Cambiagli (che modera gli appuntamenti di Wake Mi Up), Tommaso e Marco de "Il Milanese Imbruttito" e Andrea Colzani, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



WAKE MI UP "Il Milanese Imbruttito" alla colazione d'impresa dei Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Per Wake Mi Up, la colazione d'impresa del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, il settimo appuntamento nella Sala Colonne del Circolo del Commercio di Milano a Palazzo Bovara (corso Venezia 51) ha avuto come protagonisti i fondatori de "Il Milanese Imbruttito", blog e società di comunicazione che ha spopolato sul web in questi anni (e mentre si scrive è imminente il successivo appuntamento di Wake Mi Up con lo chef Davide Oldani e Romano Guerinoni, direttore generale della Fondazione Welfare Ambrosiano, per parlare del legame tra imprese e territorio e valorizzazione dell'autoimprenditorialità).

Durante l'incontro con "Il Milanese Imbruttito" si è discusso sia di come ottimizzare la presenza delle imprese sul web e trasformare un'intuizione sociale e social in un'attività imprenditoriale sia dell'importanza del linguaggio nella comunicazione d'impresa.

Secondo i dati 2016 della Camera di Commercio di Milano, in Italia si contano 32.097 imprese della comunicazione, di cui 6.515 in Lombardia. La comunicazione non può più prescindere dalla rete: due terzi delle notizie locali si attingono dal web e un milanese su quattro dedica ai social almeno mezz'ora della sua giornata. E - come emerge dall'Assintel Report 2016 - il 73% delle imprese

italiane del settore It è coinvolto in un processo di trasformazione digitale.

"Il Brand awareness è un tema che si lega necessariamente alla presenza sul web - afferma Andrea Colzani, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - e che va gestito con regole e meccanismi propri della rete. Il Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza Brianza ha messo in campo una serie di attività per aiutare le nostre imprese a posizionarsi in modo efficace e competitivo su Internet e sui social media. Da oltre due anni collaboriamo con Facebook per formare le imprese sull'utilizzo di questo strumento nelle strategie di marketing e comunicazione".

"Siamo partiti per gioco dal luogo comune - hanno detto i giovani fondatori de "Il Milanese Imbruttito" - per diventare un marchio che, attraverso il tono ironico, è oggi una piccola azienda: collaboratori e partnership, che devono sentirsi a loro agio nel nostro modo di comunicare e di lavorare".

Immagini dell'esperienza avviata da Milano e promossa da Fipe e Confguide con la collaborazione di Gitec e del Capac



Le foto di queste pagine sono di Benedetta Borsani

Enogastronomia Il primo corso per guide turistiche



Cosa visitare? Dove mangiare? Sono alcune delle domande più frequenti che una guida si sente fare da un turista appena giunto in Italia. E così Fipe (la Federazione italiana dei pubblici esercizi) e Confguide - in collaborazione con Gitec, l'associazione delle guide turistiche aderente alla Confcommercio milanese - hanno ideato il primo corso enogastronomico per guide turistiche, "percorso pilota nel territorio Milanese e Lodigiano", iniziativa realizzata con il Capac, Politecnico del Commercio e del Turismo.
Il fine è trasferire alle guide del sistema Confcommercio un



no subito mettere alla prova quanto appreso.

Il percorso formativo è stato modulato su 32 ore per 7 lunedì consecutivi – si conclude il 27 febbraio - prevedendo l'alternanza tra incontri in aula con figure della ristorazione di alta professionalità (gli chef stellati Andrea Berton, Giancarlo Morelli e Claudio Sadler e il sommelier Nino Pappalettera) e tour educativi presso pasticcerie, ristoranti, gastronomie e il distretto del riso lodigiano.

Alla giornata di inaugurazione - nell'Aula Magna della Scuola Superiore del Commercio e del Turismo - sono intervenuti Stefano Salina, direttore del

metodo di analisi territoriale e la conoscenza delle risorse enogastronomiche locali, anche in vista della prima edizione della Milano Food City in programma dal 4 all'11 maggio (alle pagine 2 e 3 il progetto FoodFriends di Concommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza n.d.r.) occasione in cui potran-

Capac; Lino Stoppani, presidente Fipe; Paola Migliosi, presidente Confguide e Valeria Gerli, presidente Gitec. Dopo Milano e la Lombardia, Fipe e Confguide hanno già in programma di "esportare" il corso in Emilia Romagna, Toscana e Puglia. (BB)

UNIONE

premia la tua

FEDelta

Per l'ottavo 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
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 2017 le annualità si riferiscono agli anni 2015, 2016, 2017).

Ambulanti, il caos Bolkestein

La denuncia di Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti

Iniziativa congiunta di Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti (con i presidenti Giacomo Errico e Maurizio Innocenti) che, in una conferenza stampa a Roma, hanno denunciato il caos legato all'applicazione della direttiva Bolkestein per le imprese ambulanti. Il decreto legislativo di recepimento della direttiva (2010) aveva rinviato a un'intesa in Conferenza Unificata i criteri per il rilascio e il rinnovo delle concessioni di commercio su aree pubbliche. Intesa arrivata due anni dopo, nel 2012, salvaguardando la professionalità d'impresa e quella maturata sul posteggio in concessione (prorogando le concessioni, secondo una diversa scansione di tempi, al 7 maggio e al 4 luglio 2017). Tutte le Regioni (ad eccezione di Molise, Basilicata e Sardegna) hanno adottato i relativi atti di recepimento, insieme ad una modulistica comune a beneficio dei Comuni che hanno elaborato e pubblicato i bandi con adempimenti burocratici per gli operatori. Il decreto Milleproroghe dello scorso anno ha prorogato le concessioni al 31 dicembre 2018 senza dire nulla sui bandi già avviati, molti dei quali in pieno corso di espletamento.

Da qui la confusione di oggi legata all'incertezza interpretativa. Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti ritengono assolutamente

necessario correggere la norma del Milleproroghe non solo in virtù dei pareri già espressi, in sede consultiva, dalle competenti commissioni parlamentari, ma per salvaguardare gli effetti degli atti già adottati dai Comuni e l'impegno profuso dalle imprese. Per Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti occorre fissare un termine perentorio affinché i Comuni inadempienti espletino le procedure. E bisogna prevedere uno slittamento della decorrenza delle nuove concessioni.



Attraverso le associazioni di categoria e territoriali di Confcommercio, Milano, Lodi, Monza e Brianza, Avis Milano – con il presidente Massimo Maria Molla – ha lanciato un appello a imprenditori e imprenditori associati invitando a donare il sangue per superare la situazione di emergenza verificatasi in Lombardia e ricostruire le indispensabili scorte.

Avis Milano: appello alle imprese associate per superare l'emergenza sangue



Aderendo alla campagna di donazione di Avis Milano si può attivare un progetto di Responsabilità Sociale d'Impresa a costo zero, testimoniato da uno

speciale attestato e dal nominativo dell'azienda inserito tra le benemerite di Avis.

Il progetto di legge varato dalla Giunta all'esame del Consiglio Regionale

Lombardia: apertura per le promozioni del "Black Friday"

La Giunta di Regione Lombardia ha approvato il progetto di legge che modifica il divieto di vendite promozionali pre-saldi invernali fissandolo nei 30 giorni antecedenti alla data di avvio dei saldi (primo giorno non festivo antecedente l'Epifania).

Nel progetto di legge approvato dalla Giunta viene perciò ridotto il periodo di divieto, che attualmente decorre dal 25 novembre, per consentire agli operatori di effettuare promozioni anche in occasione del cosiddetto "Black Friday" (ultimo venerdì del mese di novembre).

Di conseguenza, per i prossimi saldi invernali, il divieto di effettuare vendite promozionali sarebbe previsto dal 6 dicembre 2017 al 5 gennaio 2018.

Il progetto di legge va all'esame della quarta Commissione "Attività Produttive e Occupazione" per iniziare il suo iter in Consiglio Regionale.

"Con questa modifica di legge proposta dall'Assessore regionale allo Sviluppo Economico, Mauro Parolini ed approvata

dalla Giunta, anche la Lombardia – ha dichiarato il presidente di Federazione Moda Italia e Federmodamilano Renato Borghi - come praticamente tutte le altre regioni d'Italia, potrà avere il suo 'Black Friday'. Un evento in cui si potrà offrire per un solo giorno sconti eccezionali al fine di stimolare le vendite, ma anche un'occasione per creare un pacchetto di proposte con i settori della cultura, del food e del design".



Mauro Parolini, assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia



**CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO**

Camera di Commercio: il Premio Milano Produttiva 2017 Entro il 9 marzo le domande di partecipazione al bando

Entro le ore 13 del 9 marzo è possibile presentare domanda per il bando di concorso al Premio Milano Produttiva 2017, la 28ma edizione del premio organizzato dalla Camera di Commercio di Milano che prevede l'assegnazione di un diploma personalizzato e di una medaglia della serie numismatica del conio camerale a favore di lavoratori dipendenti e imprese quale riconoscimento dell'attività personale, professionale e di impresa svolta nel contesto socio-economico milanese. La premiazione si terrà domenica 28 maggio presso il Teatro alla Scala di Milano. Il testo ufficiale del bando, i relativi allegati e la guida alla compilazione delle domande sono consultabili sul sito della Camera di Commercio: <http://www.mi.camcom.it/premio-milano-produttiva>. Per informazioni contattare la propria associazione di riferimento. (SM)

Tracciamento dei rifiuti Slittano al 1° gennaio 2018 le sanzioni Sistri

Nuovo rinvio delle sanzioni Sistri ((Sistema di controllo della tracciabilità dei rifiuti): lo slittamento al 1° gennaio 2018 dell'applicazione del pesante quadro sanzionatorio per il mancato rispetto degli obblighi operativi di tracciamento informatico dei rifiuti è stato disposto dal provvedimento Milleproroghe (art. 12).

Sistema di controllo
della Tracciabilità dei Rifiuti :: **SISTRI**

Fino alla data del subentro nella gestione del servizio da parte del nuovo concessionario (individuato dalla procedura ad evidenza pubblica indetta da Consip), e comunque non oltre il 31 dicembre di quest'anno, resterà in vigore il

regime del doppio binario: schede Sistri più adempimenti cartacei, con applicazione delle sole sanzioni relative a questi ultimi, previste per la violazione degli

obblighi relativi alla tenuta del Fir (formulario identificazione rifiuti), registri di carico e scarico, Mud (modello denuncia rifiuti). (SM)

Sconti sulle tariffe per la musica Rinnovata la convenzione tra Confcommercio e Siae

Confcommercio ha confermato nel 2017 per i propri associati la convenzione con Siae (Società italiana autori editori) con l'obiettivo di ottenere sconti sulle tariffe per le esecuzioni musicali effettuate a mezzo di strumenti meccanici, sulla base di quanto previsto dalla legge per la tutela del diritto d'autore. Per accedere alla scontistica c'è tempo fino al 28 febbraio: contattare la propria asso-

ciatione di riferimento. Per usufruire della convenzione le imprese associate devono compilare l'apposito modulo (Modulo Siae 2017). Il paga-

mento tramite Mav non esonera l'utente dall'obbligo di munirsi del Modulo Siae 2017, del quale dovrà inviare copia per questo e

per ogni anno a venire, all'ufficio territoriale Siae competente (anche in formato digitale o fax), entro il 28 febbraio. (SM)

*Invio moduli e pagamento
entro il 28 febbraio
(contattare
la propria associazione)*

In Confcommercio Milano il Rendiconto Inps e le novità previdenziali

In Confcommercio Milano presentazione del Rendiconto 2016 Inps dei servizi resi ai cittadini e alle imprese e delle novità previdenziali di quest'anno. I dati illustrati evidenziano un saldo attivo dei datori di lavoro (15.131 in Lombardia, 6.772 a Milano) e un relativo incremento degli incassi contributivi (che in Lombardia passano da 30,77 mld nel 2015 a 31,08 mld nel 2016). Si incrementano gli iscritti alla gestione artigiani (+ 3.814) e commercianti (+ 10.520) con conseguente crescita degli incassi di queste gestioni (artigiani + 60.998 mln; commercianti + 61.736 mln). Nel 2016 i trattamenti pensionistici previdenziali privati e pubblici hanno registrato un calo, analogamente ai trattamenti pensionistici di natura assistenziale. Parimenti – ha rilevato Inps – si evidenzia una diminuzione di quelle prestazioni di sostegno alla disoccupazione (- 3,47%) e alle varie forme di integrazione salariale (- 29%). “Ripartiamo dalle imprese: mettiamole nelle condizioni di investire, crescere e guadagnare. Solo in questo modo – ha



Foto di Mattia Dognini

affermato il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Lino Stoppani, che ha aperto il convegno – si remunera il capitale e si favoriscono gli investimenti, con l'effetto moltiplicatore che producono. Utili e da rafforzare sono gli interventi sulla flessibilità in uscita perché rispondono anche alla necessità di favorire i ricambi generazionali. Ritardando l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro si ritarda la formazione di nuove famiglie, con i rischi demografici sottostanti, mettendo a rischio anche la sostenibilità economico-finanziaria del nostro sistema assistenziale e previdenziale”. (AL)



Da sinistra: Lino Stoppani (presidente Fipe) ed Enzo Mazza (presidente SCF Italia)

Fipe: nuovo accordo con SCF Italia per la diffusione della musica registrata nei pubblici esercizi

con SCF Italia (la società che gestisce la raccolta e la distribuzione dei compensi dovuti ad artisti e produttori discografici) per la diffusione di musica registrata nei pubblici esercizi che uniforma i criteri per il calcolo delle tariffe

SCF con i diritti connessi alle tariffe Siae per il diritto d'autore. Per rendere più snella la procedura è stato attivato un portale dedicato, il “Portale musica d'ambiente”: gli esercenti che decidono di diffondere musica d'ambiente tutelata SCF presso

le proprie strutture possono così provvedere al pagamento dei compensi SCF e Siae in un'unica soluzione. (BB)

Nella pagina a fianco la notizia della convenzione Confcommercio-Siae n.d.r.

Dopo l'intesa con Siae (Società italiana autori editori), Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi Confcommercio) ha siglato un nuovo accordo

Opere edilizie: con un tecnico qualificato verificare la necessità dell' **autorizzazione amministrativa**



Non raramente si ha l'abitudine di far eseguire lavori di ristrutturazione edilizia presso le proprie unità immobiliari, conferendo l'incarico a imprese di fiducia, sulla base di una semplice stretta di mano.

Tutto bene finché non sorgono problemi o, peggio, non si genera una vera e propria controversia sui lavori svolti e sulle somme da pagare. Fino a scoprire che, anche quello che si riteneva un intervento di poco conto, in realtà richiede un'autorizzazione amministrativa. L'accordo per l'esecuzione di opere (edili), dietro corrispettivo, origina un vero e proprio contratto d'appalto o d'opera.

Infatti, secondo il Codice civile "il contratto con cui una parte assume, con organizzazione dei mezzi necessari e con gestione a proprio rischio, il compimento di un'opera verso un corrispettivo di danaro" si definisce contratto d'appalto (1655 c.c.). Se poi "il lavoro è prevalentemente proprio o dei familiari e senza vincolo di subordinazione" si parla di contratto d'opera (art. 2222 c.c.). Al di là della qualificazione contrattuale, va detto che entrambi detti contratti hanno in comune la caratteristica di non avere l'obbligatorietà della forma scritta: così che l'accordo verbale è efficace a tutti gli effetti.

Ciò, però, a cui bisogna prestare assoluta attenzione è l'oggetto del contratto d'appalto o d'opera, nel senso che vi sono

particolari tipi di interventi edilizi per i quali è richiesta l'autorizzazione all'esecuzione dei lavori da parte dell'autorità amministrativa (es. Comune) a pena di nullità del contratto stesso per illiceità dell'oggetto.



Sul punto la giurisprudenza è pacifica (v. Cass. Civ. sez. II n. 2187/2011): la nullità impedisce sin dall'origine al contratto di produrre gli effetti suoi propri e ne rende inammissibile anche la convalida successiva (Cass. 27.02.2002 n. 2884).

I giudici della Cassazione chiariscono che la nullità è una sanzione che colpisce il contratto intenzionalmente concluso dalle parti in violazione della normativa urbanistica, laddove questa prevede che determinate opere edilizie possano essere eseguite solo sin quando previamente assentite dall'autorità. La nullità non colpisce quel contratto concluso in buona fede, in attesa dell'assenso, purché ovviamente l'esecuzione dei lavori inizi successivamente al suo sopravvenire. Dunque, per quanto sopra, si suggerisce di verificare previamente, attraverso un

tecnico qualificato, se le opere che s'intendono realizzare (come, ad esempio, una parete in cartongesso o la demolizione di un muro), necessitano di autorizzazione amministrativa, a pena di nullità del contratto. Gli effetti della

nullità sono travolgenti e tali da impedire all'appaltatore di chiedere il proprio compenso per i lavori svolti e al "committente" di poter denunciare l'eventuale presenza di vizi o difformità.

Vero che all'appaltatore resta il rimedio dell'arricchimento indebito di cui ha fruito il "committente" con l'esecuzione dei lavori, ma ciò significa dover ricostruire e provare il rapporto, il lavoro eseguito, nonché dimostrare e quantificare i benefici offerti: con difficoltà certamente maggiori che non disponendo di un contratto chiaro, di un progetto e, ove richiesto, di un'autorizzazione amministrativa.

Quest'ultima, oltre a garantire validità e liceità del contratto d'appalto e dunque delle relative garanzie, esenta poi il committente da denunce o sanzioni per violazioni a norme urbanistiche.

(A cura dell'avvocato Gloria Bresciani, consulente ASPPI Milano)

*Presentato in collaborazione
con il Servizio armonizzazione del mercato
della Camera di Commercio di Milano*

Codice di autodisciplina Federlingue a tutela di qualità e servizio

E' stato presentato a Milano, a Palazzo dei Giureconsulti, il Codice di autodisciplina di Federlingue, l'Associazione Italiana servizi linguistici Confcommercio, redatto con la collaborazione del Servizio armonizzazione del mercato della Camera di Commercio milanese. Obiettivo dell'iniziativa è stato quello - come ha rilevato Elena Cordani, presidente di Federlingue - di sottolineare l'importanza "dell'autoregolazione 'dal basso' per promuovere la credibilità delle imprese e la qualità dei servizi, nell'ambito di un mercato in evoluzione in cui le competenze linguistiche sono ormai irrinunciabili". La

Camera di Commercio di Milano ha revisionato, su iniziativa di Federlingue, il Codice che l'Associazione già adottava come proprio strumento. Nel Codice (analizzato da un Tavolo di lavoro a cui hanno preso parte esperti Federlingue e del Servizio armonizzazione del mercato della Camera) trovano posto non solo le norme che stanno alla base della vita associativa, ma anche quelle di condotta degli insegnanti, dei traduttori e degli addetti ai servizi accessori: ci si propone di tutelare al meglio le

aspettative degli utenti. L'autoregolazione genera minori costi di transazione, maggiore efficienza negli scambi, trasparenza e legalità, riduzione delle litigiosità.

Claudio Rotti, presidente di Aice (Associazione italiana commercio estero) ha sottolineato come "Comunicare correttamente con i propri partner sui mercati esteri" sia "alla base di un business che funzioni, sia per la necessaria qualità delle relazioni, sia per la chiarezza e correttezza dei patti. Ecco perché questo nuovo Codice è anche uno strumento per valorizzare il nostro business con l'estero".



Codice di autodisciplina Federlingue
**IMPRESE DI TRADUZIONE,
INTERPRETARIATO
E FORMAZIONE LINGUISTICA**



Palazzo dei Giureconsulti: nella foto (sotto) Claudio Rotti, presidente Aice; Elena Cordani, presidente Federlingue; Vittoria De Franco (dirigente della Camera di Commercio di Milano); Roberto Ganzerli (chief strategy officer di Arancho Doc e membro del Board di ELIA, European Language Industry Association); Ruggero Lensi (direttore Relazioni esterne, sviluppo e innovazione di UNI, l'Ente Italiano di Normazione)

All'iniziativa (promossa a Milano a Palazzo dei Giureconsulti) con il presidente di Federlingue Elena Cordani ha partecipato, fra gli altri, il presidente Aice Claudio Rotti



Da rilevare, inoltre, come da un'indagine effettuata dalla Camera di Commercio, per un'impresa su quattro sarebbe molto utile una app - come quella realizzata da Federlingue - per trovare, nelle diverse situazioni, imprese di traduzione adatte per un servizio professionale e di qualità. (SM)

Un polo dell'animazione digitale per creare "job opportunities" nell'audiovisivo

Il progetto promosso con Asseprim

Il 2 marzo è prevista la presentazione (con una conferenza stampa a Milano presso lo Spazio Base di via Bergognone 34) di un'iniziativa di Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese - con il sostegno di Cariplo Factory e in collaborazione con Animation Italia, Confcommercio Lombardia, Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni, Iulm e Fastweb - per la creazione di "job opportunities" e lo sviluppo del settore audiovisivo. L'Italia, pur essendo considerata altamente "creativa" e con tecniche di produzione innovative, non è riuscita sino ad ora - nel campo dell'audiovisivo - a emergere e imporsi a livello europeo come dovrebbe essere e come hanno fatto, in particolare, Francia e Irlanda. Eppure oggi le prospettive di sviluppo di un comparto capace di produrre contenuti in un linguaggio universale che interessa sia gli adulti che i bambini sono considerevoli. In questo contesto Asseprim è determinata a contribuire per trasformare il settore e far sì che vengano tutelati ed esaltati creatività e saper fare italiani, per essere in grado di compete-

Con il sostegno di Cariplo Factory e in collaborazione con Animation Italia, Confcommercio Lombardia, Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni, Iulm e Fastweb

re a pieno titolo sui mercati internazionali.

In tal senso Asseprim, in sinergia con Animation Italia - 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 - sta lavorando ad un articolato progetto dedicato alla crescita ed alla visibilità del settore, alla formazione e alla creazione di "job opportunities". Milano può avere un ruolo primario a livello europeo in quest'importante settore. (VB)



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



Da sinistra: Umberto Bellini, presidente Asseprim e Giorgio Scorza, presidente Animation Italia



I corsi di formazione

Corso di formazione professionale di sceneggiatura per l'animazione: è un corso che si articola in 10 giornate da 8 ore e che coinvolge docenti stranieri. Prevede un "pitch" finale con la valutazione dei principali broadcaster internazionali (Disney, Turner, etc.). E' aperto a 20-25 professionisti del settore che saranno pre-selezionati da un comitato scientifico.

Corso di formazione professionale su project management nel settore videogame. Si tratta di un ciclo di 12 lezioni frontali - aperte a 20/25 professionisti del settore che saranno pre-selezionati da un comitato scientifico - in cui verranno affrontati i temi più importanti del project management nel settore dei videogame e della gestione del team. Realizzato in collaborazione con Lunar Great Wall Studios. Mentre esistono già alcuni corsi specifici per le professionalità tecnico creative, per quanto riguarda le figure manageriali legate alla gestione dei progetti non vi è opportunità di formazione di livello legata prettamente al mondo del gaming. Proprio per questo verranno affrontati i temi più importanti del project management nel settore dei videogame e della ge-

Come si articola il progetto



Da una parte la cultura e il portato storico della narrazione animata, dall'altro il forte desiderio di contribuire a costruire un comparto italiano dell'animazione offrendo opportunità di lavoro a molti. Il linguaggio specifico dell'animazione rende istantaneo l'aggancio, cattura l'attenzione, apre la breccia della comunicazione in modo trasversale e intergenerazionale, parla a tutti ed è un potente veicolo di messaggi. Da tali premesse trae origine un articolato progetto dedicato alla formazione e alla crescita professionale in un settore che richiede sempre più professioni altamente qualificate. Cariplo Factory diventa il punto di eccellenza e riferimento per quest'iniziativa, che vorrà diventare un appuntamento costante e continuo negli anni a venire, ma prima ancora il luogo dove saranno attivati 3 corsi specialistici di alta formazione. Nel progetto rientrano anche la collaborazione con Iulm, con cui vengono attivati 2 percorsi: la ricerca per la mappatura dello status dell'animazione italiana (talenti, produzioni, produttori, scuole, animatori/professionisti del settore italiani all'estero...) e un Master internazionale di digital animation, motion graphics e video gaming development.

stione del team con incontri, testimonianze e business case. Inoltre, a fine corso ci sarà la possibilità di incontrare alcuni professionisti di rilievo internazionale che lavorano in software house che hanno fatto la storia del gaming.

Workshop formativo in Digital Animation: 5 lezioni da 8 ore ciascuna svolte in lingua inglese, tenute da professionisti di alto profilo selezionati ad hoc, con il coinvolgimento di partner aziendali (es. Wacom per le tavolette grafiche e ToonBoom per animation e storyboard software) per creare senior digital animator, ovvero figure capaci di gestire produzioni internazionali. Il corso è per 20/30 partecipanti.

Lectio Magistralis di approfondimento/aggiornamento con docenti/talent di livello internazionale, es. John Lasseter della Pixar, Bruno Bozzetto, Tom Moore. Si svilupperanno successivamente eventi/iniziative ed altri corsi.



In Rai Pietro Restelli, presidente dell'Associazione panificatori di Milano e Monza Brianza

A "Officina Italia" (Rai Tre)
il presidente dell'Associazione panificatori
Pietro Restelli

Pane, alimento di qualità

lievitazione naturale, di almeno 6/7 ore. Fare il pane è passione. Il sacrificio viene dopo.

Il prodotto artigianale rappresenta circa l'88% del mercato. Per questo abbiamo avuto modo di visitare una piccola realtà produttiva con una lunga tradizione familiare; è così anche nelle panetterie italiane?

RESTELLI - Sì. Le panetterie italiane sono artigianali sia che abbiano, o no, dipendenti.

Il pane industriale è un'altra cosa. E', comunque una realtà in netto calo sul territorio nazionale. Altro discorso riguarda i supermercati dove si può anche trovare un prodotto di qualità. Perché, spesso, i dipendenti sono fornai che hanno nelle vene l'artigianalità.

I macchinari? Sono tutti italiani? Siamo realmente i primi anche nella tecnologia per fare il pane?

RESTELLI - I macchinari sono per la maggior parte italiani. In quota solo minoritaria, circa il 5%, sono fabbricati in Germania. Le imprese italiane della panificazione costituiscono un'eccellenza. Noi italiani esportiamo macchinari anche all'estero.

Come fa il consumatore a capire che sta comperando un buon pane? Come deve essere? Morbido, croccante, friabile...?

RESTELLI - Un buon pane deve essere croccante sulla crosta e morbido dentro. Faccio un esempio di pane del territorio nel quale abbiamo fortemente creduto: il Pan Rustegh, un pane fatto con frumento milanese macinato a pietra, non privato di nulla.

Il panificatore: un mestiere che si tramanda di padre in figlio, ma i giovani li avete? E li cercate? Questo mestiere rappresenta uno sbocco occupazionale soprattutto in questo periodo di crisi?

RESTELLI - Siamo in un periodo di crisi. Tuttavia io vado ad insegnare ai giovani questo mestiere perché sono in molti quelli che vogliono imparare. Non bisogna avere paura della fatica, perché il nostro è un lavoro da fare solo con passione.

C'è un ritorno al passato, c'è voglia tra le persone di fare il pane in casa, c'è questa riscoperta.

RESTELLI - Sì è vero. C'è voglia tra le persone di fare il pane in casa con le impastatrici ad uso domestico, ma presto la gente scopre che il pane dei panificatori è migliore grazie alla lievitazione più lunga. Ne guadagna il sapore.

Su Rai 3, nel programma di approfondimento "Officina Italia" ospite (sabato 21 gennaio) il presidente dell'Associazione Panificatori di Milano e Monza Brianza Pietro Restelli. Dalla trasmissione è emerso il ruolo del pane come alimento centrale della piramide nutrizionale. Restelli ha ribadito che il pane di qualità, fatto dai panificatori, è alimento sano, completo, ed in grado di rispondere alle esigenze di gusto e nutrizionali dei consumatori. Non ha mancato, inoltre, di ricordare il valore sociale del pane come alimento capace di creare "comunità". Restelli ha sottolineato come la qualità del pane artigianale nasca prima di tutto dalla "passione": non solo di chi ha acquisito esperienza sul campo, ma anche delle nuove generazioni che, sempre con maggiore interesse si avvicinano a questo mondo. In questa pagina proponiamo ampi stralci dell'intervista.

Il pane non è più quello di una volta...

RESTELLI - Il pane acquistato presso un panificatore è migliore di quello di una volta perché sono migliorati i macchinari che lo impastano e la lievitazione è più lunga: pertanto il prodotto ne ha guadagnato in qualità. Si sente dire che il pane a Milano è caro, ma si riesce ancora oggi ad andare dal panettiere con pochi spiccioli e ad acquistare un alimento sano. Il pane ha un alto valore simbolico, di coesione. Il pane è condivisione.

C'è un calo notevole negli ultimi anni di consumo di pane...Dal suo osservatorio vede una ripresa?

RESTELLI - Posso dire che, servendo le scuole e gli asili, negli ultimi anni ho constatato una ripresa. Un alunno di 6/8 anni mangia circa 50 grammi di pane solo a pranzo. Un bambino dell'asilo mangia 40 grammi. A casa i ragazzi hanno ripreso a mangiare il pane e anche a colazione lo gradiscono. Non disdegnano neppure quello del giorno prima. Ciò che conta, davvero, è che l'educazione alimentare riporti al pane.

Alzarsi ogni mattina alle tre: è ancora così per tutti i panificatori?

RESTELLI - Noi milanesi ci alziamo ancora prima, verso l'una e mezza. Per ottenere un prodotto genuino, infatti, occorre una



L'iniziativa ha il supporto di FIMAA Milano Monza & Brianza e il patrocinio di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Milano Marathon: sport e solidarietà Appuntamento il 2 aprile

Il 2 aprile torna l'appuntamento con lo sport e tra i patrocinatori della Milano Marathon edizione 2017 c'è anche Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con l'apporto di FIMAA Milano Monza & Brianza per la staffetta a sostegno delle onlus gemellate all'evento.

La Milano Marathon (www.milanomarathon.it) inaugura la stagione podistica con uno degli eventi di running più partecipati in Italia: il percorso di 42,195 km, che parte e arriva in centro città proprio nei pressi di Palazzo Castiglioni in corso Venezia (sede della Confcommercio milanese), toccherà tutti i principali punti di attrazione turistica della città. Novità ed attrazioni, quindi, anche per chi vive a Milano ed ha voglia di scoprire nuove sfaccettature.

Insieme alla maratona si correrà anche la staffetta: quella non competitiva coinvolge squadre da 4 persone che percor-



reranno circa 10 km a testa. La formula a staffetta, negli ultimi anni, è diventata un vero e proprio strumento di Corporate Social Responsibility che permette alle imprese di fare "team building" e contemporaneamente sostenere uno dei 100 progetti benefici delle organizzazioni non profit aderenti al Charity Program di Milano Marathon.

FIMAA Milano Monza & Brianza promuove e sostiene da sempre questo evento, soprattutto per la formula della staffetta solidale: tutte le imprese associate sono invitate ad aderire. È un'occasione unica per vivere una giornata all'insegna dello sport e dello stare insieme, non dimenticando la solidarietà. (BZ)

SCEGLI LA TUA NUOVA AUTO CON I VANTAGGI DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

- MARCA E MODELLO CHE VUOI, OPTIONAL COMPRESI
- COMODO CANONE MENSILE
- NESSUN COSTO A SORPRESA O MAXI-RATA FINALE
- AUTO SEMPRE IN PERFETTE CONDIZIONI
- RITIRO DEL TUO USATO
- FISCALITÀ TRASPARENTE E DEDUCIBILITÀ DEI COSTI



RISPARMIA TEMPO E RISORSE, CHIEDI A **RENT&DRIVE**
I TUOI ESPERTI DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

Visita il nostro sito
www.rentanddrive.it

Rent&Drive
I tuoi esperti del Noleggio a Lungo Termine



*L'iniziativa del Gruppo Assonidi
Confcommercio Lodi*

Asili nido del Lodigiano Il 18 marzo l'open day

Con l'iniziativa "Il cestino dei tesori" il 18 marzo si volge l'open day degli asili nido del Lodigiano. Sono gli asili nido che fanno parte del Gruppo Assonidi Confcommercio Lodi (il cui referente è Nadia Carelli). La presentazione delle attività e delle strutture alle famiglie avviene, per le aziende del Gruppo Assonidi Lodi, nella stessa giornata. Ogni nido organizza in autonomia il proprio open day, ma la strategia di comunicazione è comune: verrà organizzata anche una conferenza stampa di presentazione. Diversi sono i punti di forza che le imprese certificate del



Gruppo Assonidi Confcommercio Lodi vogliono far conoscere: codice etico, sicurezza, professionalità del servizio con una costante formazione degli addetti. E si aggiunge un nuovo servizio, liberamente fruibile da ogni singolo nido: l'asilo nido serale. Nasce da un'idea già sperimentata dall'asilo nido Hakuna Matata: viene offerto gratuitamente in particolari ricorrenze. Si stanno valutando possibili convenzioni con i ristoranti delle varie zone in cui operano gli asili.

*A Castano Primo iniziativa dell'Associazione, con la collaborazione
del Comune, per valorizzare le attività di vicinato*



"Amo Castano": una vetrofania per gli esercizi commerciali associati

Si chiama "Amo Castano" ed è l'iniziativa presentata dall'Associazione territoriale Confcommercio di Magenta e Castano Primo con la Delegazione di Castano e il sostegno e la collaborazione dell'Amministrazione comunale. Il progetto nasce per incentivare il commercio locale valorizzando le attività di vicinato distinguibili come una vera e propria rete di imprese "sottocasa". Come? Solo gli esercizi commerciali associati avranno una vetrofania (foto) da apporre in vetrina con il messaggio "fai acquisti sotto casa" e con il benvenuto al cliente "questo esercizio commerciale contribuisce a far vivere la nostra città". Inoltre, vi sarà la possibilità di vedere riportati sui canali comunicazionali dell'Associazione l'indirizzo e le caratteristiche della propria attività di vendita.

CORSICO: L'ASSEMBLEA STRAORDINARIA - Buona partecipazione di soci all'assemblea straordinaria dell'Associazione territoriale Confcommercio di Corsico per l'approvazione delle modifiche statutarie (verbale redatto dal notaio Carla Fresca Fantoni). In occasione dell'assemblea - con il presidente dell'Associazione Giovanni Moro e alla quale sono intervenuti il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo e il segretario generale Marco Barbieri - sono stati premiati 25 associati con 15 anni di fedeltà associativa.



Nella foto, da sinistra:
Donato Turba, presidente
dell'Associazione territoriale
Confcommercio di Melzo
e Sergio Facchinetti,
direttore generale Cogeser



Tariffe competitive su luce e gas alle imprese associate: accordo fra Confcommercio Melzo e Cogeser Energia

Grazie all'accordo con Cogeser Energia (multiutility della Martesana) e Associazione territoriale Confcommercio di Melzo, le imprese associate potranno usufruire di condizioni molto interessanti che consentiranno di alleggerire le spese energetiche. Condizioni economiche competitive rispetto alla media del mercato; nell'accordo rientrano un bonus di benvenuto e un premio fedeltà. Agli associati verrà, inoltre, fornito un servizio di consulenza

che consentirà di individuare il contratto ottimale, sia per l'energia elettrica sia per il gas, adeguato al proprio profilo di consumo.

Per informazioni chiamare la segreteria dell'Associazione territoriale Confcommercio di Melzo 029550084 o le Delegazioni di Cernusco sul Naviglio 029230715 e Segrate 022134518: si potrà fissare un appuntamento con il consulente Cogeser e verificare, bollette alla mano, la convenienza.

*Sulle intese
con Cogeser Energia
vedi anche il numero di gennaio
di Unioneinforma a pag. 31:
accordo con l'Associazione
territoriale Confcommercio
di Gorgonzola*

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.confcommerciomilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Barbieri

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.

Associazione territoriale Confcommercio di Legnano Paolo Ferrè confermato presidente

Paolo Ferrè è stato rieletto presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano. Vicepresidenti: Bruno Colombo (Parabiago) e Rosanna Tozzo (Canegrate).

Il nuovo Consiglio direttivo eletto dall'assemblea è completato da Maurizio Castoldi (Legnano); Armanda Colombo (Legnano); Mara Costa (Legnano); Matteo Cunsolo (Parabiago); Antonio Dolce (Legnano); Luigino Poli (San Vittore Olona); Erminio Raimondi (Parabiago); Roberto Ricco (Legnano); Luigi Vacca (Legnano); Luca Zennaro (Legnano).



4



3

Primo piano di Paolo Ferrè (foto 3 di Benedetta Borsani) e immagine dell'assemblea dell'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano (foto 4 – al tavolo dei relatori, da sinistra: i vicepresidenti Bruno Colombo e Rosanna Tozzo, il presidente Ferrè, il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo e il segretario generale Marco Barbieri)

Riconoscimenti alla memoria

In occasione dell'assemblea dell'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano sono stati ricordati, con la consegna di riconoscimenti alla memoria, il consigliere dell'Associazione panificatori Massimo Grazioli e l'alimentarista Angelo Pessina, consigliere dell'Associazione. Le targhe, consegnate dal presidente della Confcommercio di Legnano Paolo Ferrè, sono state ritirate rispettivamente dal figlio Niccolò Grazioli e da Pasqua Bonfadini, vedova di Angelo Pessina (foto 1 e 2)



1



2

Associazione territoriale Confcommercio di Seregno Assemblea generale straordinaria il 20 febbraio



Ai sensi degli artt. 18 e 32 dello Statuto in vigore, è convocata dall'Associazione territoriale Confcommercio di Seregno l'Assemblea generale straordinaria lunedì 20 febbraio 2017 alle ore 9.00 in prima convocazione e, in seconda convocazione,

lunedì 20 febbraio 2017 alle ore 20.30

presso la sede dell'Associazione Territoriale Confcommercio di Seregno, via Don Giovanni Minzoni 2 – Seregno

per discutere e deliberare sul seguente **Ordine del giorno:**

- 1) Approvazione nuovo Statuto dell'Associazione Territoriale Confcommercio di Seregno e conseguente modifica della denominazione.
- 2) Varie ed eventuali.

Si ricorda, ai sensi dell'art. 16 dello Statuto in vigore, che all'Assemblea potranno partecipare esclusivamente i Soci in regola con la quota associativa anno 2016 e che ogni Associato può farsi rappresentare, mediante delega scritta, da altro Associato in regola. Ogni Associato non potrà essere portatore di più di due deleghe.

Le deliberazioni regolarmente assunte in Assemblea vincolano tutti gli Associati.

*Fino al 20 giugno
due mesi
di mostre fotografiche
negli spazi espositivi
di Milano
e dell'area
metropolitana*



*Interazione
con la prima
Photo Week
milanese*

**Photofestival:
immagini di repertorio**

Dal 20 aprile torna **Photofestival**

Si avvicina Photofestival 2017: dal 20 aprile al 20 giugno è in programma il circuito espositivo annuale dedicato alla fotografia d'autore promosso da AIF, Associazione Italiana Foto & Digital Imaging. Giunto alla 12esima edizione, Photofestival - che lo scorso anno ha raccolto 120 mostre gratuite diffuse negli spazi espositivi di Milano e dell'hinterland - continua il suo percorso di crescita, consolidando il ruolo di evento di rilievo nel panorama della proposta culturale milanese (capace di concentrare il meglio dell'offerta dedicata alla fotografia nell'arco di due mesi). Quest'anno la primavera artistica milanese si arricchisce di



una nuova importante iniziativa: la Photo Week (5/11 giugno), settimana della fotografia voluta dal Comune per allargare il ventaglio della proposta culturale. Le mostre di Photofestival contribuiranno a valorizzare il programma della Photo Week milanese: in tale concomitanza il Comitato organizzatore ha voluto dedicare questa edizione proprio a Milano, con un titolo - "Realtà e futuro. Da Milano al mondo" - che intende dare risalto all'appeal di una città sempre più ricca di creatività e di energia, aperta al cambiamento, alla voglia di sperimentare e di innovare.

Nella sede della Confcommercio milanese
(corso Venezia 47, sala Turismo, alle 17.30)

“Lezioni della storia” con 50&Più Milano Il 27 marzo appuntamento dedicato a Giovanni Pascoli

Riprende in questo 2017 il cammino del ciclo “Lezioni della storia - Dopo un secolo quale memoria” promosso da 50&Più Milano. Lunedì 27 marzo in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Turismo, ore 17,30) appuntamento dedicato a “Il Simbolismo Italiano: Giovanni Pascoli”. Con Giovanni Pascoli (1855 – 1912) “Lezioni della Storia” affronta un poeta ed intellettuale la cui personalità costituisce un vero e proprio “punto di svolta” nella letteratura italiana a cavallo tra Ottocento e Novecento, l’ingresso nella modernità. Pascoli visto come il più grande sperimentatore all’interno della poesia italiana di quell’intero periodo storico, colui che riuscì - forte di una cultura raffinatissima e sterminata - a far parlare in modo nuovo la lingua italiana, con valori e tonalità fonici



1



2

Foto di Giovanni Pascoli: nella maturità (1), da giovane (2), con Giacomo Puccini (3). Nella foto 4 le sorelle di Giovanni Pascoli: Ida e Maria (detta Mariù)

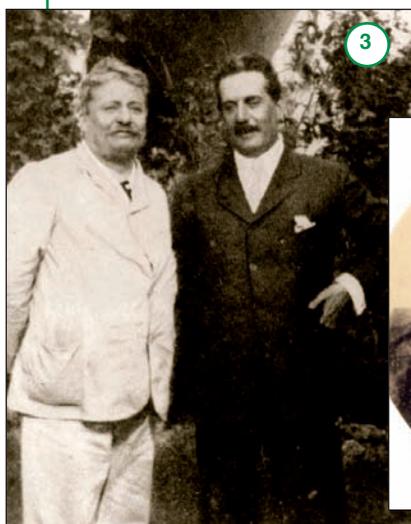
(ad esempio le famose onomatopee) che non si erano ancora visti nella nostra letteratura.

La conferenza del 27 marzo, introdotta da Renato Borghi (presidente di 50&Più nazionale e milanese), si incentra sugli approfondimenti di Gianmarco Gaspari (docente di Letteratura Italiana all’Università degli Studi dell’Insubria e direttore dell’International Research Center for Local Histories and Cultural Diversities – Varese) e Filippo Ravizza (poeta e critico letterario, coordinatore di 50&Più Università Milano).

“L’iniziativa – spiega Ravizza - ha anche la finalità di dispiegare la poliedrica e incisiva presenza di Giovanni Pascoli nella storia d’Italia, a partire dalla sua capacità di rendere le cose umili e quotidiane portatrici di valori altissimi; di leggere, sotto alla realtà apparente, le più profonde verità storiche ed esistenziali raggiunte grazie alla potente intuizione poetica, resa ancor più incisiva da una capacità teoretica impressionante per vastità”.

Da: “Italy” (Primi Poemetti, 1897)

Cielo, e non altro, cielo alto e profondo, / cielo deserto. O patria delle stelle! / O sola patria a gli orfani del mondo! / Vanno serrando i denti e le mascelle, / serrando dentro il cuore una minaccia / ribelle, e un pianto forse più ribelle. // Offrono *cheap* la roba, *cheap* le braccia, / indifferenti al tacito diniego; / e *cheap* la vita, e tutto *cheap*; e in faccia / no, dietro mormorare odono: DEGO!*
*Dego (o Dago) termine spregiativo molto usato in America del Nord nell’Ottocento, specialmente per indicare gli immigrati italiani. Alcuni ritengono che derivi da “one day and goes”, “un giorno e se ne va” perché la stragrande maggioranza degli italiani era composta di lavoratori a giornata. La maggior parte ritiene però che l’epiteto derivi dall’inglese dagger (coltello) sulla scia dello stereotipo dell’italiano come popolo facile all’utilizzo del coltello, accoltellatore.



3

Da: “La Cavalla storna” (Canti di Castelvecchio, 1903)

Tu che ti senti ai fianchi l’uragano / tu dai retta alla sua piccola mano / Tu ch’hai nel cuore la marina brulla / tu dai retta alla sua voce fanciulla



4

Da “Myrica”, 1891

L’assiuolo*
“Dov’era la luna? Ché il cielo / notava in un’alba di perla, / ed ergersi il mandorlo e il melo / parevano a meglio vederla. / Venivano soffi di lampi / da un nero di nubi laggiù; / veniva una voce dai campi: / *chiù...!* // Le stelle lucevano rare / tra mezzo alla nebbia di latte: / sentivo il cullare del mare, / sentivo un *fru fru* tra le fratte; / sentivo nel cuore un sussulto, / com’eco d’un grido che fu. / Sonava lontano il singulto / *chiù...!*”
* “L’assiuolo” compare a partire dalla quarta edizione di “Myrica”, 1897



* di Lucia Mari
(giornalista)

Riapertura della “Sala Bianca” Moda: quanti ricordi E “Io c’ero”

La notizia è fresca, ma che dico: freschissima. A Firenze, dove si presenta Pitti Uomo con le anticipazioni dell'inverno prossimo, ha riaperto la mitica “Sala Bianca”: notizia che arriva subito al cuore e scatena ricordi meravigliosi. Io, infatti, ho cominciato da lì raccontando giornalmente la cronaca delle sfilate. Grandi nomi: per esempio Valentino (1962), poi Krizia (1964), quindi Mila Schon (1965), infine la genialità di Missoni (1967) e, a seguire, Laura Biagiotti (1972). Una valanga di stilisti, ognuno con la sua caratteristica. E pensare che tutto questo non sarebbe successo se Giovanni Battista Giorgini, gentiluomo toscano col fiuto di un segugio (soprattutto consulente per conto di department store americani), non avesse intuito la nostra grande potenzialità in fatto di moda.

Allora signori miei, lasciate che questo articolo lo dedichi a me stessa, per rivivere la favola di un Salone che ha fatto grande il made in Italy. Forse, se non ci fosse stata Firenze, Milano e il suo prêt à porter non sarebbero mai decollati, e affermati, come lo sono adesso. Correano gli Anni Sessanta, ho detto, e correvo anch'io sul Lungarno per arrivare in tempo alle sfilate. Immaginando cosa avrei potuto scrivere per quel pezzo, oltretutto dettato agli stenografi. La mia prima volta per un articolo da inviata, mica robetta di redazione: routine alla quale, peraltro, ero abituata. Insomma, cercavo di soffocare tensione e paura: e poi, come per incanto, arrivo nel salone addobbato, sembrava, per un gran ballo. Cerco frastornata il mio posto e lo cerco fra le seggioline dorate sul fondo, senza pensare che la politica degli organizzatori (vera strategia marketing) era quella di inserire i nomi dei quotidiani davanti per abituarli a parlare di una manifestazione poco consona a loro: in questo caso di moda. In un baleno, mi ritrovo fra le competenti colleghe dei cosiddetti “femminili”, assidue della



Più di duecento compratori stranieri e ottanta giornalisti

manifestazione: meglio di così, penso, mi è andata bene.

Non solo: ricordo che avevo cominciato a parlare di moda con Brunetta, seduta accanto a me; Brunetta era una grande, grandissima disegnatrice di moda: anzi, molto di più. Lei disegnava il modello, ma, soprattutto, il mondo nel quale si muoveva. Siamo state amiche, ci frequentavamo: abitando a Milano era facile. Rammento la casa “incasinata” di libri e di gatti, la sua passione. Ma torniamo a Giorgini: fu lui a indirizzare le qualità originali di molti creatori italiani più in sintonia con la modernità. Infatti, parlare di moda femminile negli Anni Cinquanta significava parlare esclusivamente di alta moda francese. Così, convincendo i compratori a venire a Firenze per assistere

alle sfilate che lui organizzava, il lungimirante Giorgini aprì un mondo nuovo ai buyer americani che di solito andavano a Parigi. E, se in un primo momento, furono attratti da noi per i costi più bassi, ben presto si rese evidente anche la portabilità dei modelli non disgiunta dalla fantasia, la raffinatezza delle stoffe e l'uso sapiente dei colori. Insomma, con grande gioia di Giorgini presero l'abitudine di fare tappa a Firenze.

Le sfilate? Meritano un commento: le modelle uscivano composte, senza accompagnamento musicale: chissà, forse per non rompere l'incanto. Non

solo, assecondavano questo religioso silenzio, comprese soltanto dal modello che proponevano. Gli applausi sì, erano permessi, ma soltanto alla fine, per dire che la collezione aveva avuto il plauso del pubblico presente.

Certo, altra classe rispetto ad oggi: il pubblico stesso non è più quello di una volta. Insomma, ricordi di ricordi: tanti. E posso dire con gioia: “Io c’ero”.



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



Promo.Ter Unione

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



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