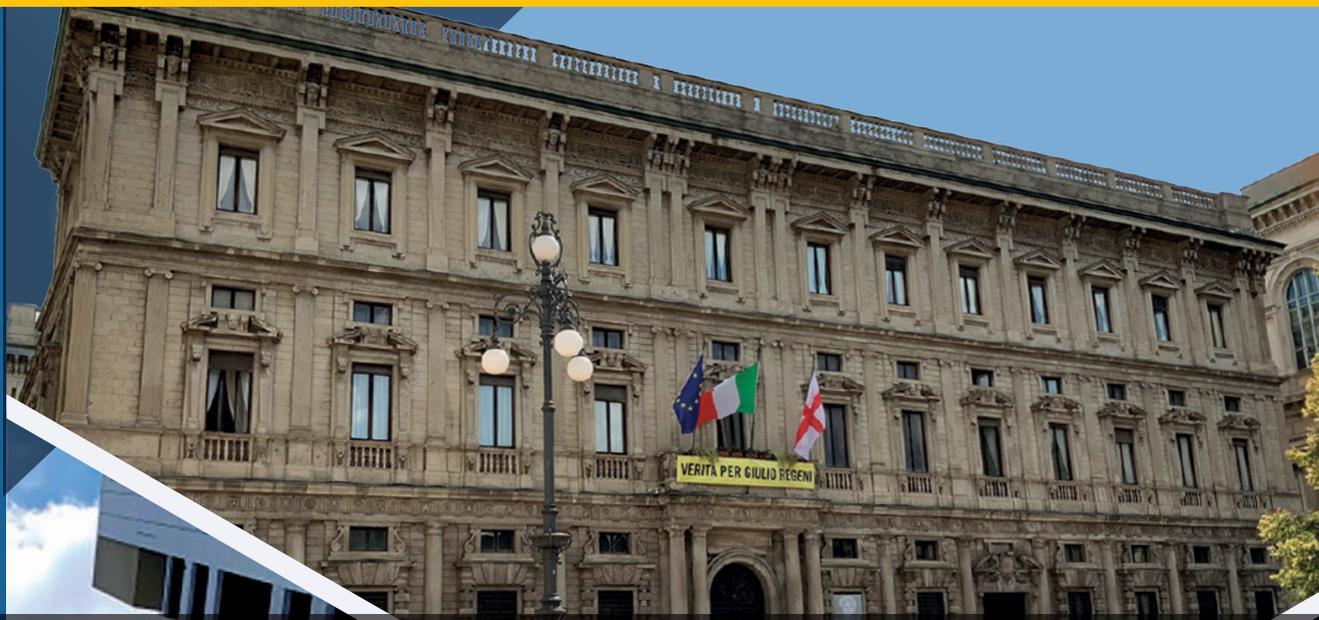


Unione

informa



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA



In vista delle elezioni amministrative del 3 e 4 ottobre
AL VOTO PER PALAZZO MARINO
IL 24 SETTEMBRE IN CONFCOMMERCIO MILANO
CONFRONTO CON I CANDIDATI SINDACO

APPUNTAMENTO NEL RISPETTO DELLE REGOLE ANTI-COVID



**CONFCOMMERCIO
PER MILANO**

LE NOSTRE PRIORITÀ
AI CANDIDATI SINDACO

CONFCOMMERCIO MILANO TI PROPONE GESTIONE DI PAGHE E CONTRIBUTI CON LO SCONTO DEL 20%



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione
ti offre un servizio di amministrazione del personale garantendoti:

- Predisposizione ed **elaborazione dei dati delle retribuzioni** e dei relativi oneri sociali
 - Tramite la Direzione Sindacale di Confcommercio Milano,
assistenza nella gestione dei rapporti di lavoro, nelle assunzioni e/o licenziamenti
- Assistenza nei rapporti con gli Enti – INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate, ITL e Centri per l'Impiego
 - Gestione ed assistenza in caso di richiesta ammortizzatori sociali.

**In più per i nuovi soci o per chi non ha mai utilizzato questo servizio,
è riservato uno sconto del 20% sul cedolino.**

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

marketing@unione.milano.it
Tel 02.7750362
Corso Venezia 47, 20121 Milano


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

www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te



250 caratteri di confcommercio



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

“Citius, Altius, Fortius – Communiter”, più veloce, più alto, più forte – Insieme: è il motto delle Olimpiadi. Sulla via della ripartenza, anche noi dobbiamo essere più veloci, per tenere il passo al cambiamento di un mondo che con il digitale ha compresso spazio e tempo in una nuova dimensione. Dobbiamo osare di saltare più in alto, come aspirazione di crescita materiale, ma soprattutto morale, perché non c'è ripresa autentica e durevole che non sia sostenuta da una vocazione etica. Dobbiamo diventare più forti, come persone, prendendoci cura di noi stessi e dei nostri stili di vita, ma anche come Paese, affrontando e risolvendo le grandi questioni che rendono il futuro più fragile. Ma, soprattutto, dobbiamo farlo “communiter”, insieme: perché solo così si vincono le gare e, soprattutto, solo così, si esce migliori dalle crisi.

Cosa insegna il motto delle Olimpiadi sulla via della ripartenza



Gianmarco Tamberi (foto 1) oro ex aequo nel salto in alto e Marcell Jacobs (foto 2) oro nei 100 metri alle recenti Olimpiadi di Tokyo. Due medaglie d'oro di grande importanza nella “regina” dei Giochi Olimpici, l'atletica leggera



INSIEME A CONFCOMMERCIO MILANO SICUREZZA LAVORO E IGIENE DEGLI ALIMENTI CHECK UP GRATUITO E SCONTO DEL 20%



Con **Confcommercio Milano**, attraverso **Promo.ter Unione - Club della Sicurezza**, avrai gli strumenti necessari per assolvere a tutti gli obblighi normativi sulla **salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e sull'igiene degli alimenti e HACCP**, partendo da un check up gratuito che verrà fatto presso la tua attività per analizzare tutte le eventuali problematiche, e con lo **sconto del 20%** in caso di acquisto dei servizi proposti. **Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che non risparmiano ignorando gli obblighi normativi, ma risparmiano applicandoli.**

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby Consulenza e Gestione Capitale Umano e Formazione Finanziamenti e Contributi Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

marketing@unione.milano.it
Tel 02.7750362
Corso Venezia 47, 20121 Milano


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

www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te

Elezioni amministrative il 3 e 4 ottobre

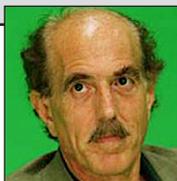
In Confcommercio Milano confronto fra i candidati sindaco il 24 settembre

Nel rispetto delle regole anti-Covid. Evento in presenza su invito. Collegamento streaming

Il 3 e 4 ottobre si va al voto a Milano per eleggere il nuovo sindaco (primo turno, poi l'eventuale ballottaggio 15 giorni dopo), il Consiglio comunale, i Municipi e i presidenti di Municipio. Al voto anche altri 236 Comuni della Lombardia. Il 24 settembre in Confcommercio Milano è in programma, con il presidente Carlo Sangalli, il confronto fra i candidati sindaco del capoluogo lombardo. Un confronto che si sviluppa sulle

priorità individuate nel Manifesto "Confcommercio per Milano", la sintesi dei contributi raccolti su www.confcommerciopermila-no.it, e con i risultati del sondaggio realizzato alla vigilia di questo confronto. L'appuntamento del 24 settembre è, nel rispetto delle regole anti-Covid, alle 10.30 a Palazzo Castiglioni (accesso su invito), la sede di Confcommercio Milano (corso Venezia 47). L'evento si potrà seguire in streaming.

Natale Azzaretto (Partito Comunista dei Lavoratori)



Gianluigi Paragone (Milano Paragone sindaco, Grande Nord)



Giorgio Goggi (Socialisti di Milano, Milano Liberale)



Luca Bernardo (Fdi, Forza Italia, Lega, Lista Civica Luca Bernardo, Milano Popolare, Partito Liberale Europeo)



Alessandro Pascale (Partito Comunista)



Gabriele Mariani (Milano in Comune, Civica Ambiente)



Bryant Biavaschi (Milano Inizia Qui)



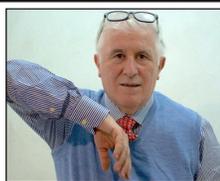
Layla Pavone (Movimento 5 Stelle)



Marco Muggiani (Partito Comunista Italiano)



Teodosio De Bonis (Movimento 3V)



Giuseppe Sala (Beppe Sala Sindaco, Pd, Riformisti, Volt, Milano Radicale, Milano in Salute, Europa Verde, Milano Unita)



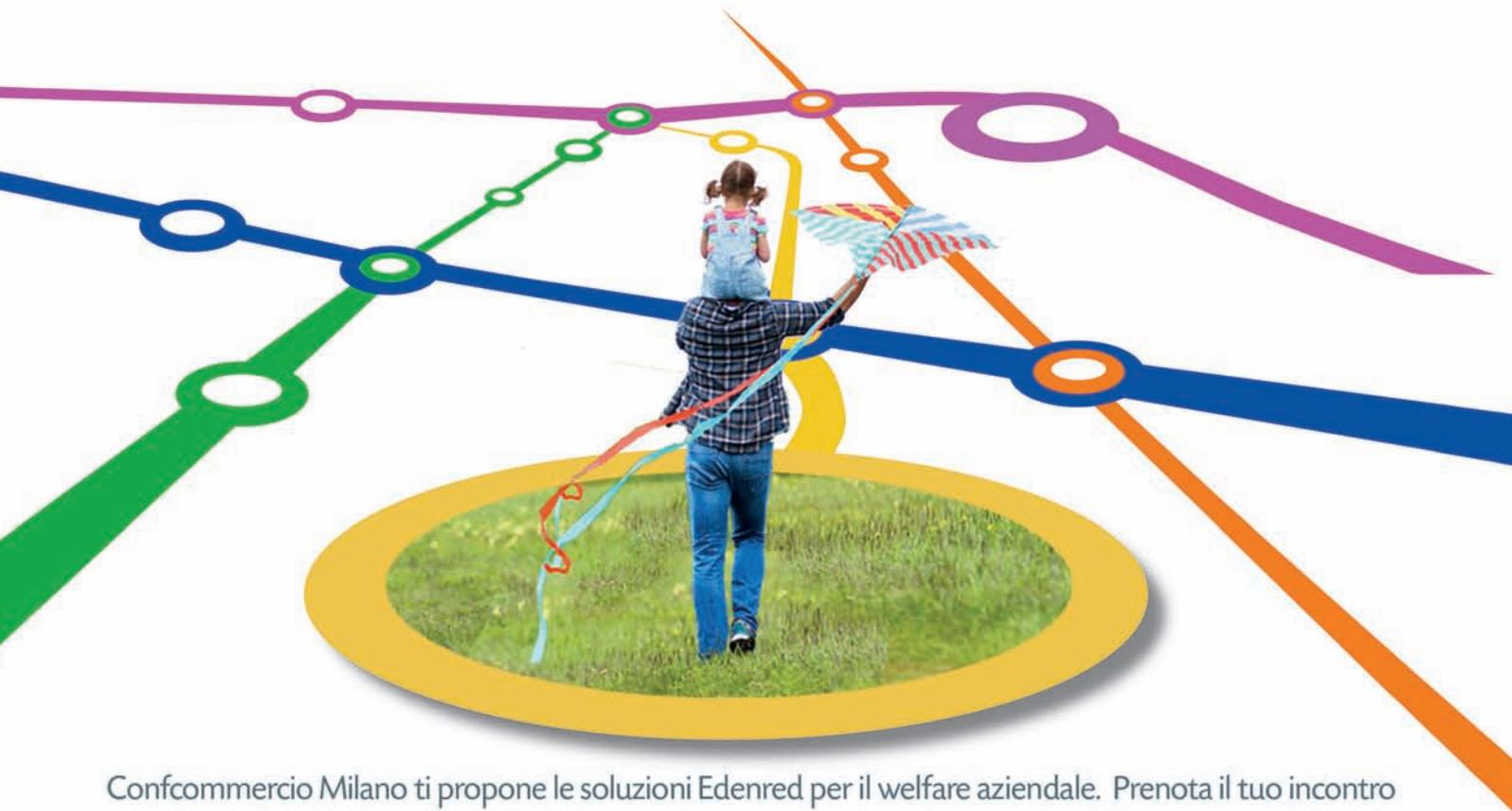
Mauro Festa (Partito Gay, per i Diritti LGBT, Solidale, Ambientalista, Liberale)



Bianca Tedone (Potere al popolo)



CONTENTI TUTTI E CONTENTO ANCHE TU CON IL WELFARE AZIENDALE DI CONFCOMMERCIO MILANO



Confcommercio Milano ti propone le soluzioni Edenred per il welfare aziendale. Prenota il tuo incontro allo Sportello Welfare oppure chiedi un appuntamento (sempre in modalità video-riunione). Scopri come dare ancora più vantaggi ai tuoi dipendenti senza oneri aggiuntivi.

Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che credono nel lavoro e lo sviluppano anche con la soddisfazione dei dipendenti.

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

marketing@unione.milano.it
Tel 02.7750362
Corso Venezia 47, 20121 Milano



www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te

18 agosto 2021

«Il Salone per ripartire Con i fondi Ue una città sostenibile e attrattiva»

Sangalli: le nuove imprese crescono del 2,3%



Aiuti
Il miglior modo per sostenere le imprese è quello di lasciarle lavorare. Molte sono penalizzate



Turismo
Importante continuare e rafforzare l'esperienza di Milano & Partners per la promozione della città

L'intervista

di **Elisabetta Soglio**

Le ferite inferte dalla crisi Covid «sono profonde», soprattutto per il settore del terziario che nell'area metropolitana di Milano ha registrato finora perdite che superano i 40 miliardi. Tuttavia, per quanto riguarda commercio, turismo e servizi, nel secondo trimestre di quest'anno «c'è stata una crescita di nuove imprese del 2,3 per cento rispetto allo stesso periodo del 2019. Un dato che dimostra la forza del nostro tessuto imprenditoriale nonostante i danni devastanti provocati dal Covid». Parte dai numeri il

presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: «I dati economici del nostro territorio sono finalmente incoraggianti. E questo si deve a un sistema imprenditoriale solido che sta reagendo bene soprattutto grazie ai risultati della campagna vaccinale».

Come sostenere ancora le realtà che hanno scontato il lockdown? Quali sono in maggiore difficoltà?

«Il miglior modo per sostenere le imprese è quello di lasciarle lavorare. Anche se siamo in zona bianca non bisogna dimenticare che molti settori, come quelli del turi-

simo e dell'accoglienza, sono ancora penalizzati. Per non parlare dell'intrattenimento con le discoteche che non hanno mai riaperto dall'inizio dell'emergenza sanitaria. Finora gli indennizzi dei vari decreti governativi, i sostegni della Regione e la riduzione della Tari milanese, come da noi fortemente richiesto, hanno dato un po' di ossigeno alle imprese. Non siamo, però, ancora fuori pericolo ed è necessario continuare con questa strategia di aiuti ricordandola all'evoluzione della pandemia».

Come garantire il connubio sicurezza-lavoro?

«La sicurezza è ovviamente la precondizione per lavorare. Vaccini, mascherine e distanziamento si sono dimostrati mezzi efficaci. Tuttavia il ricorso iniziale al lockdown totale, per un tempo così lungo, è stato forse eccessivo. Fermare le imprese deve essere sempre una *extrema ratio*. Una settimana di zona rossa a Milano, ad esempio, costa alle imprese del terziario colpite dalle restrizioni oltre 200 milioni di euro».

Il green pass garantisce sicurezza: ma sarà un ulteriore ostacolo?

«Il green pass è la logica conseguenza dei vaccini non obbligatori ed è la chiave per rimettere in moto l'economia. Per le imprese non deve però rappresentare un passaggio burocratico in più né tantomeno un costo. Noi siamo sempre stati favorevoli all'autocertificazione ma sollevando l'imprenditore da qualunque responsabilità che non sia quella di chiedere il green pass».

Vi siete spesi per confermare il Salone: cosa ci dobbiamo aspettare?

«Farlo slittare sarebbe stato un segnale negativo in piena stagione turistica. Sarà invece un "Supersalone", come lo ha definito il suo ideatore architetto Stefano Boeri, capace di incrociare l'esperienza fisica e

digitale con tante novità. Sarà una ripartenza in grande stile di un motore economico di Milano — più di 200 milioni di indotto — dal forte valore simbolico».

Come rilanciare l'immagine internazionale?

«Dovrebbe essere un obiettivo ancora più importante per la prossima amministrazione comunale proprio perché dobbiamo recuperare il terreno perduto col Covid e nove milioni di turisti. A questo proposito, qualunque sia l'esito del voto, sarebbe importante continuare e rafforzare l'esperienza di Milano & Partners, l'agenzia di promozione della nostra città, fondata da Comune e Camera di commercio. Uno strumento molto efficace, che ha già lanciato una campagna di comunicazione internazionale, e che potrebbe fare sinergia con la recente alleanza tra Regione e Gruppo Sea per la promozione della Lombardia nel mondo».

Il Pnrr potrà essere volano per il rilancio della città? Come evitare il rischio di spreco le risorse e l'occasione?

«È la vera priorità. Se queste risorse europee, 4,7 miliardi, saranno confermate, Milano avrà la reale capacità di attuare grandi progetti in tempi rapidi. Progetti già indicati a livello generale dal Recovery Plan dell'Unione Europea ma ancora da mettere a terra. Parliamo soprattutto del potenzialmente delle infrastrutture materiali e immateriali nel quadro della sostenibilità e della nuova attrattività di Milano. È una opportunità davvero irripetibile e dovrebbe essere il terreno di confronto principale tra chi guiderà la città nei prossimi 5 anni».



Presidente Carlo Sangalli è a capo dell'Unione del Commercio di Milano e di Confcommercio imprese per l'Italia (Ansa)

CONFCOMMERCIO MILANO SVILUPPA IL TUO LAVORO CON LE CONVENZIONI E IL NETWORKING TRA TE E LE AZIENDE ASSOCIATE



Con Confcommercio Milano hai tante vantaggiose convenzioni per te e per i tuoi collaboratori. Sarai parte di un network per poter trovare i fornitori ideali, professionali e di fiducia, inoltre potrai tu stesso proporti come fornitore di tutti gli altri associati e dei loro dipendenti.

Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che cercano nuove opportunità di business e di risparmio con la collaborazione e il networking.

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

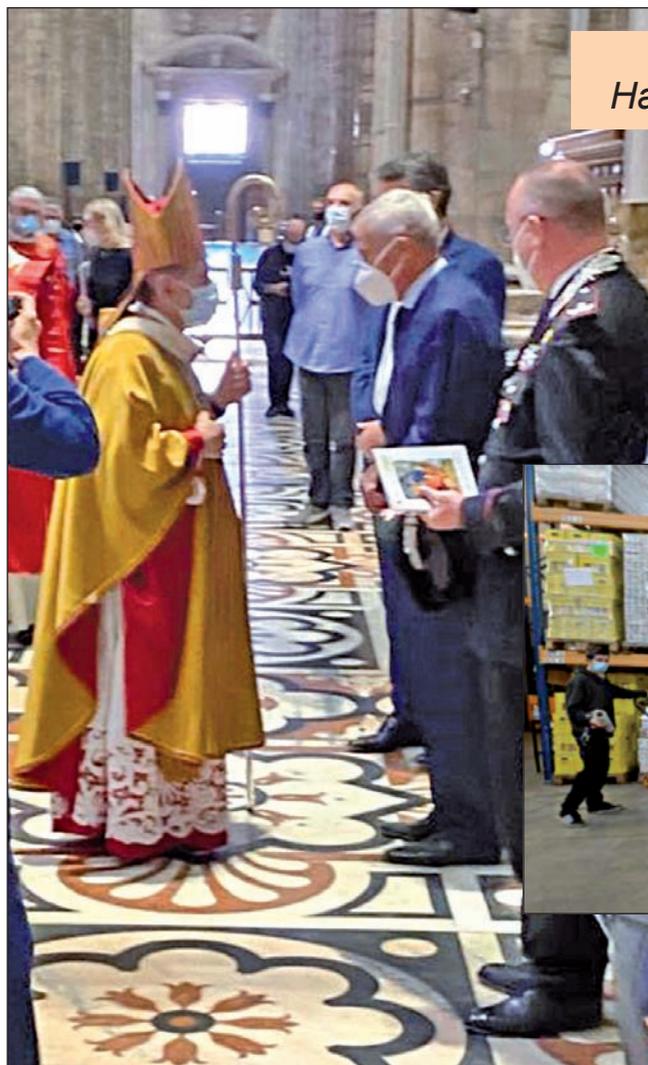
Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

marketing@unione.milano.it
Tel 02.7750362
Corso Venezia 47, 20121 Milano


Unione
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te



*Con l'Arcivescovo Mario Delpini.
Ha partecipato il presidente Carlo Sangalli*

lombarde tra settembre 2020 e marzo 2021. In questo periodo, il numero di assistiti è stato leggermente superiore a quello che era stato registrato tra l'inizio della pandemia (marzo 2020) e il mese di maggio dello scorso anno quando erano state 77.000 le persone che avevano fatto ricorso alle Caritas in seguito al primo blocco delle attività economiche. I nuovi poveri, vale a dire coloro che si sono rivolti per la prima volta al sistema di aiuti delle Caritas lombarde, sono stati, durante il secondo lockdown, il 13%, pari a

10.254 individui; mentre durante la prima chiusura erano stati il 36%, in termini assoluti pari a 27.720 soggetti. Il monitoraggio presso le Caritas lombarde ha confermato durante le

restrizioni la situazione di forte difficoltà vissuta da alcuni settori economici del terziario: la ristorazione (indicata da tutte le diocesi lombarde come quella che ha maggiormente risentito della crisi pandemica), gli esercizi commerciali (segnalati da 6 diocesi), il turismo e il fitness (indicati da 5 diocesi). Tra i problemi più gravi 9 diocesi su 10 hanno segnalato l'aggravarsi delle difficoltà abitative delle famiglie e della condizione occupazionale dei giovani; 8 le difficoltà lavorative delle donne e la povertà educativa, 7 l'aumento del disagio psico-sociale delle

nuove generazioni, "una delle novità più drammatiche introdotte dalla pandemia". Forte preoccupazione anche per il rischio usura con famiglie e piccoli imprenditori che non sono in grado di restituire i prestiti contratti: una potenziale platea di almeno 20mila persone in Lombardia.



A Milano in Duomo la messa per i 50 anni della Caritas

Santa messa nel Duomo di Milano con l'Arcivescovo monsignor Mario Delpini per celebrare il 50esimo anniversario della Caritas italiana: l'occasione per ringraziare tutti gli operatori e i volontari che si sono prodigati per le persone in difficoltà. Alla celebrazione in Duomo è intervenuto il presidente della Camera di Commercio e di Confcommercio Carlo Sangalli (nella foto – di Mario Barone – nel momento del saluto con l'Arcivescovo Delpini). E' stato distribuito il report "Gli effetti del coronavirus sulle povertà: il punto di vista delle Caritas lombarde".

Dalla ricerca emerge come siano state 78.882 le persone che hanno chiesto aiuto alle Caritas delle 10 diocesi

Caritas lombarde: il report degli effetti del coronavirus sulle povertà. Il rischio usura





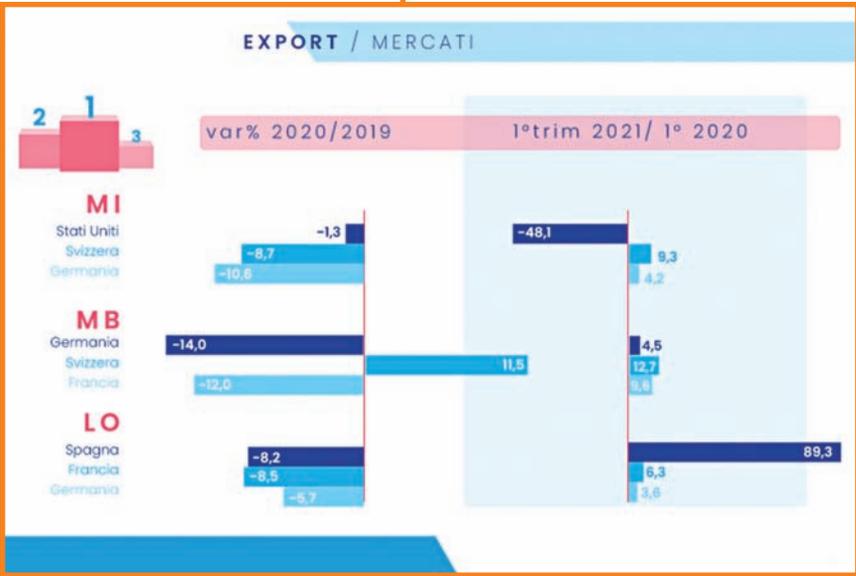
Il presidente Carlo Sangalli: c'è un ritorno alla crescita, ma il percorso per recuperare il terreno perduto è ancora lungo

Camera di Commercio Il Rapporto Milano Produttiva 2021



internazionale e a favore dell'innovazione del sistema imprenditoriale. I tempi, però, sono molto stretti, perché il 70% dei fondi europei deve essere impegnato entro il 2022 e il restante 30% nell'anno successivo. Sarà questa, certamente, la grande sfida della nuova Amministrazione comunale per ripensare e rilanciare il futuro di Milano". Lo ha rilevato Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, alla presentazione del Rapporto Milano Produttiva 2021 (31esima edizione del report realizzato dal Servizio Studi Statistica e Programmazione dell'Ente camerale: la pubblicazione è disponibile

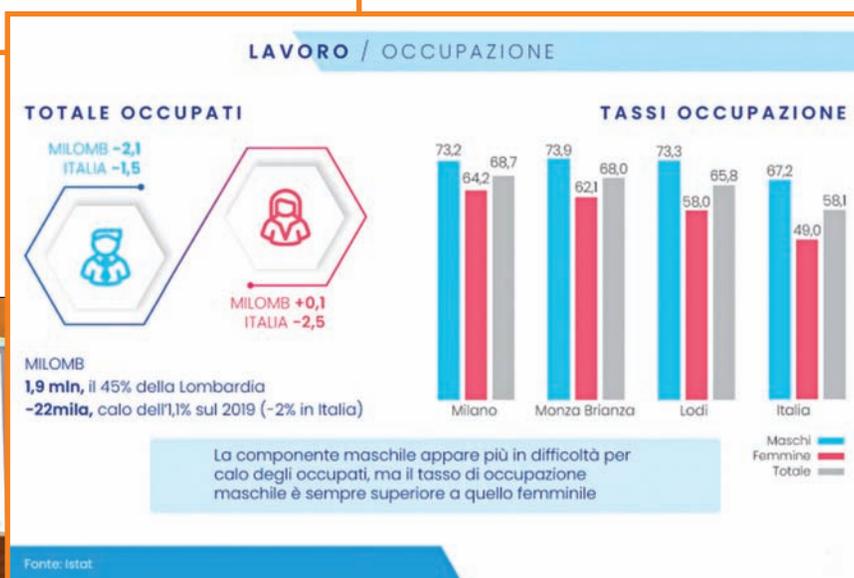
“L'economia milanese, nel 2020, è stata particolarmente colpita dalla crisi Covid, con una perdita del valore aggiunto di oltre il 10%. Commercio, turismo e servizi i settori più penalizzati. Quest'anno, grazie alla zona bianca, c'è un ritorno alla crescita, ma il percorso per recuperare il terreno perduto è ancora lungo. Occorre andare avanti con la campagna vaccinale e rilanciare Milano con le risorse del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, quasi 5 miliardi, che auspichiamo siano investite prioritariamente nel potenziamento delle infrastrutture materiali ed immateriali, come ad esempio la banda ultra larga, nel rilancio del turismo a livello





389.651 le imprese attive, in crescita dell'1,6% rispetto a giugno 2020. Prospettive incoraggianti anche dalle previsioni sul valore aggiunto che indicano per il 2021 una crescita pari al +5,3% per Milano, al +5,8% per Monza Brianza e +5,2% per Lodi. Scenario di ripresa soprattutto per il capoluogo lombardo che l'anno scorso ha pagato un prezzo alto alla pandemia perdendo 16 miliardi di euro di valore aggiunto e registrando un calo del 10,1% rispetto al 2019. In controtendenza - rispetto al dato nazionale che vede nel mondo del lavoro la componente femminile più penalizzata (-2,5% il calo delle occupate nel 2020 rispetto al -1,5% maschile) - nel territorio di Milano Monza Brianza Lodi (soprattutto per effetto degli andamenti della Brianza e del

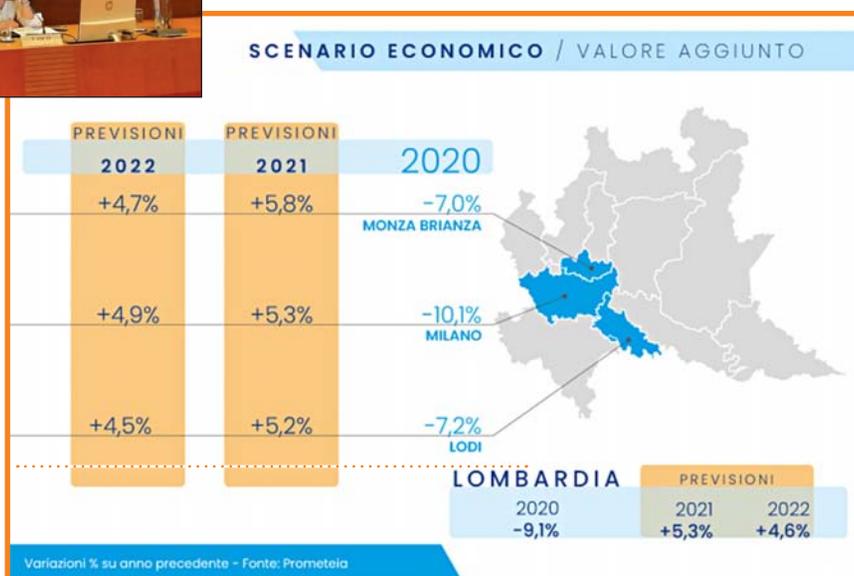
sul sito www.milomb.camcom.it) con l'evento online "Ripensare Milano oltre il 2020. Dati, analisi e prospettive". Dopo un anno estremamente difficile, il sistema delle imprese trasmette i primi segnali di fiducia: nel primo semestre di quest'anno le nuove imprese iscritte sono 16.994, il 37,4% in più



Presentazione Rapporto Milano Produttiva: nella foto, da sinistra, Giovanni Pons (giornalista de La Repubblica, moderatore dell'evento online) con Carlo Sangalli presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi e il segretario generale dell'Ente camerale Elena Vasco. Al dibattito sono intervenuti in collegamento Stefano Ronchi e Luca Tamini (Politecnico di Milano)

dello stesso periodo dello scorso anno. E il saldo fra le imprese iscritte e cessate - in attivo di 5.050 imprese - supera quello dell'intero 2020 (+4.404 imprese). Complessivamente, nel territorio di Milano Monza Brianza Lodi a fine giugno sono

Lodigiano) il dato delle donne occupate che rimane stabile (+0,1%) rispetto a quello degli uomini (-2,1%).



I VANTAGGI DI CONFCOMMERCIO MILANO: RIDUZIONE DI COMMISSIONI CARTE E DI ALTRI COSTI BANCARI



Confcommercio Milano, grazie ad accordi riservati con alcune delle principali banche, offre ai soci un risparmio su: **servizio Pos, gestione di conto corrente, commissioni e prodotti bancari.**

E ai soci fedeli, condizioni ancora più vantaggiose. Tutte le convenzioni bancarie offerte possono essere consultate sul sito nella sezione dedicata a banche, pos e servizi d'incasso.

**Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che cercano
un costo giusto anche con le banche.**

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

marketing@unione.milano.it
Tel 02.7750362
Corso Venezia 47, 20121 Milano


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

www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te

*L'alta scuola di formazione
in viale Murillo 17 a Milano
che fa riferimento
a Confcommercio Milano
Lodi, Monza e Brianza*

Formaterziario Andrea Colzani nuovo presidente



Andrea Colzani, nuovo presidente di Formaterziario

Andrea Colzani è il nuovo presidente di Formaterziario (già Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni con una storia lunga 37 anni), l'alta scuola di formazione - a Milano, in viale Murillo 17 - che, assieme al Capac Politecnico del Commercio e del Turismo e ad Innovaprofessioni - costituisce il polo formativo che fa riferimento a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Formaterziario nell'ultimo anno ha erogato 85 mila ore di formazione ed e-learning per 24mila utenti fra lavoratori dipendenti, imprenditori, manager e liberi professionisti. Gli ambiti formativi delle aziende che si rivolgono a Formaterziario riguardano, in particolare: revisione e consulenza, settore finanziario/assicurativo, distribuzione commerciale, servizi alle imprese e alle persone.



Formaterziario: al centro della foto (con lo staff all'ingresso di viale Murillo) Andrea Colzani e Maria Antonia Rossini

Andrea Colzani, eletto presidente per il mandato 2021-2026 dall'assemblea di Formaterziario (che ha rinnovato anche il Consiglio), succede a Maria Antonia Rossini.

41 anni, brianzolo, imprenditore nel retail, Andrea Colzani, è pre-

**Responsabile nazionale
Confcommercio
per la formazione,
Colzani è presidente
dei Giovani Imprenditori**



sidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio (e del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi,

Monza e Brianza) ed è responsabile nazionale Confcommercio per la formazione.

“Formaterziario, e ringrazio Maria Antonia Rossini per l'intenso lavoro svolto in questi anni, è un'eccellenza della formazione - afferma Colzani - Siamo molto attivi anche nella formazione e nell'avvio al lavoro dei giovani”: con il corso di laurea e master (gestione imprese commerciali e commercio estero) in collaborazione con l'Università Cattolica e percorsi tecnici di alta formazione post-diploma. “Sono 300 - spiega - gli inserimenti lavorativi all'anno tra tirocini e contratti di apprendistato”.



Firmato dal presidente Carlo Sangalli con il comandante generale dell'Arma Teo Luzi

Roma nella sede del Comando Generale dell'Arma dei Carabinieri, prevede studi, ricerche, convegni e iniziative di formazione. Tra gli obiettivi principali la prevenzione delle infiltrazioni della criminalità

organizzata nell'economia legale, la sensibilizzazione



Prevenzione e contrasto dell'illegalità Protocollo d'intesa Confcommercio-Carabinieri

ne sui fenomeni vespatori del settore economico, la valorizzazione



zione della tutela ambientale (con particolare attenzione al ciclo dei rifiuti) e la salvaguardia della salute del consumatore connessa alla vendita di prodotti e dispositivi medici.

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e il comandante generale dell'Arma dei Carabinieri, generale C.A. Teo Luzi, hanno sottoscritto (foto) un protocollo di intesa per la reciproca collaborazione nello sviluppo della cultura della legalità e della sicurezza. L'intesa, siglata a

Trasparenza dei contributi pubblici alle imprese Servizio di assistenza agli associati: compila il form su www.confcommerciomilano.it

Il 30 giugno scorso è scaduto il termine (previsto dalla legge 124/2017, art. 1, commi 125 e successivi) per adempiere all'obbligo di pubblicizzare i contributi ricevuti da soggetti pubblici e incassati nell'esercizio finanziario precedente, la cui somma complessiva supera i 10.000 euro. In particolare, le imprese che non hanno l'obbligo della redazione di

un bilancio e non hanno un proprio sito Internet, hanno la possibilità di richiedere la pubblicazione alla propria associazione. E' disponibile, a questo riguardo, un servizio su www.confcommerciomilano.it

https://www.confcommerciomilano.it/it/supporto_fiscale_legale/trasparenza/index.html riservato alle imprese associate.



IL VANTAGGIO DI ESSERE SMART. ANCHE NELLE SCELTE

**ENTE MUTUO PRESENTA AGLI
IMPRENDITORI E AI LORO DIPENDENTI
UNA NUOVA E INNOVATIVA FORMA
DI ASSISTENZA SANITARIA.**



Gli Associati ad Ente Mutuo, in base alla forma di assistenza prescelta, possono contare su una serie di servizi sanitari per tutta la famiglia a condizioni vantaggiose:

- Visite specialistiche
- Esami diagnostici
- Odontoiatria
- Terapia fisica
- Ricoveri in forma diretta e indiretta
- Rimborso ticket e altri contributi
- Assistenza 24 ore su 24
- Prestazioni di assistenza odontoiatrica h24

COS'È

È un'assistenza sanitaria semplice e veloce, destinata agli Imprenditori e Professionisti iscritti alle Associazioni aderenti a Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e alle altre Confcommercio della Lombardia.

COME ISCRIVERSI

Per iscriversi alla nuova Forma di Assistenza **SMART Plus** è sufficiente rivolgersi presso la Sede Centrale di Ente Mutuo oppure presso le Associazioni territoriali di Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e presso le altre Confcommercio della Lombardia. Il diritto all'assistenza decorre 36 ore dopo l'iscrizione e ha scadenza il 31 dicembre di ogni anno. All'iscritto verrà consegnata una card nominativa che gli consentirà l'accesso alla rete di strutture convenzionate, con una apposita autorizzazione rilasciata da Ente Mutuo. L'elenco delle strutture Convenzionate, costantemente aggiornato, è pubblicato sul sito www.entemutuomilano.it nell'area Strutture Sanitarie Convenzionate.

LE COPERTURE

Gli iscritti possono usufruire di tutte le prestazioni di assistenza ambulatoriale comprese nel Regolamento:

- Prestazioni di assistenza ambulatoriale presso strutture convenzionate a tariffe agevolate;
- Visite mediche specialistiche;
- Diagnostica strumentale (esami radiografici, ecografie, TAC, RMN, MOC, endoscopie, scintigrafie, doppler);
- Analisi di laboratorio;
- Prestazioni odontoiatriche;
- Terapia fisica.

Le prestazioni vengono erogate presso le strutture sanitarie convenzionate di primaria importanza: Case di Cura private, Aziende Ospedaliere, Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS), Centri Diagnostici, Laboratori Analisi Mediche, Studi Odontoiatrici, e Studi Medici, a tariffe agevolate, previa richiesta a Ente Mutuo per l'autorizzazione.

OPPORTUNITÀ PER I SOCI

Gli iscritti possono accedere a condizioni vantaggiose ad una serie di servizi o all'acquisto di prodotti in ambito sanitario e socio sanitario, grazie ad accordi stipulati da Ente Mutuo con aziende qualificate e validi professionisti.

PRESTAZIONI DI ASSISTENZA MEDICA 24 ORE SU 24, 7 GIORNI SU 7

La Forma **SMART Plus** prevede una serie di servizi ad alto valore aggiunto, in Italia e all'estero tra cui:

- **Consulenza medica telefonica** (pareri medici, informazioni sanitarie e farmaceutiche, segnalazione centri specialistici);
- **Assistenza medica e a domicilio** (es. invio di un medico, di un pediatra, invio ambulanza, invio di infermiere o fisioterapista);
- **Trasporto sanitario e assistenza in viaggio;**
- **Accesso a Network Assistenza Domiciliare** (es. ricerca babysitter, badante qualificata ecc.).

Per accedere al servizio i Soci dovranno contattare (per l'Italia):

NUMERO VERDE 800677764

Appositamente dedicato per le chiamate dall'estero:

02 24128390

In caso d'impossibilità nel contattare telefonicamente la Struttura Organizzativa sarà possibile farlo tramite Fax al numero: **02 24128245**

PRESTAZIONI DI ASSISTENZA ODONTOIATRICA H24

Possibilità di accesso ad un network di studi dentistici su tutto il territorio nazionale con un unico listino agevolato e una serie di servizi collegati.

Per accedere al servizio i Soci dovranno contattare:

NUMERO VERDE 0080036363737

Le altre nostre proposte per la tutela della tua salute



Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi



Assistenza ospedaliera



Assistenza specialistica ambulatoriale; Assistenza ospedaliera ed altri contributi



Assistenza specialistica ambulatoriale; Assistenza ospedaliera più completa ed altri contributi

Per un preventivo gratuito www.entemutuomilano.it

Le sedi

Milano - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno

Orario sportello: da lunedì a giovedì 8.30 - 16.30 venerdì 8.30 - 15.30

Numero di telefono unico: 02.7750.950

Como - Via Ballarini, 12

Orario sportello: da lunedì a venerdì 9.00 - 12.30 / 14.00 - 17.00

Numero di telefono: 031.2441

Lecco - Piazza Garibaldi 4

Orario sportello: da lunedì a giovedì 8.30-12.30 / 14.00-18.00 venerdì 8.30-12.30 / 14.00-16.30

Numero di telefono: 0341.356911

Bergamo - Via Borgo Palazzo 137

Orario sportello: da lunedì a venerdì 8.45 - 12.00 / 14.15 - 17.00

Numero di telefono: 035.4120303

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

Tassa rifiuti per le imprese: il confronto sulle tariffe La quarta edizione dello studio di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Quarta edizione dell'indagine dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con i Servizi Tributarî: una capillare analisi della Tari, la tassa rifiuti, per le utenze non domestiche in 226 Comuni classificati in grandi, medi e piccoli (da oltre 30mila abitanti a meno di 5mila) con un benchmark di riferimento della tariffa media Tari e individuando discosto-

stamenti/anomalie. Lo studio non include il Comune di Milano (non confrontabile con gli altri Comuni per popolazione e afflusso di non residenti pendolari).

Grandi Comuni - Rozzano e Sesto San Giovanni hanno la situazione piú difficile. A Sesto San Giovanni la tariffa Tari è il doppio (31,2 contro 15,6) del benchmark per le attività commerciali classificate ad alta tassazione per la produzione di rifiuti (bar, ristoranti, esercizi alimentari, fiori e piante) ed è vicina al triplo (18,3 contro 7) per le medie e grandi superfici di vendita (supermercati, ipermercati ecc.). Rozzano è una "maglia nera" per la tassa rifiuti con tariffe lievitata in tutti gli ambiti delle utenze non domestiche: oltre il doppio (32,7 contro 15,6 del benchmark) nelle attività ad elevata tassazione e nelle medie/grandi superfici di vendita (14,4 contro 7).

Tariffe Tari e raccolta differenziata - Per i grandi Comuni ogni incremento percentuale di raccolta differenziata comporta un risparmio medio nelle tariffe della tassa rifiuti di 0,56€ al mq. Nei piccoli Comuni, invece, l'incremento nella quota di raccolta differenziata comporta un aumento del costo tariffario di 0,36€ al mq. Nei grandi Comuni al di sotto della percentuale di riferimento per la raccolta differenziata (71%) è in particolare Rozzano (51%). Valori lievemente inferiori per Segrate (67%, ma con una media tariffe che resta al di sotto del benchmark) e Sesto San Giovanni (69%). Nei medi Comuni "virtuoso" nella

Medi Comuni - Criticità a Bresso per le attività ad alta tassazione (23,9 contro 15,6) e a Paullo (15,2 contro 7) e Pieve Emanuele (19,2 contro 7) dove è piú del doppio la tariffa Tari per le medie e grandi superfici di vendita. Non bene, inoltre, Trezzano sul Naviglio che ha un livello tariffario della tassa rifiuti piú alto in tutte le categorie: in particolare nelle imprese ad alta tassazione (21,8 contro il benchmark di 10,4) e nelle medie/grandi superfici (11,6 contro 5,3). Anche ad Arconate, nel Magentino, tariffe piú alte in tutti i valori di riferimento (soprattutto per le imprese ad elevata tassazione: 24,4 contro 11,8). Tariffe superiori si riscontrano inoltre a Mulazzano (Lodi): 21,6 contro 11,8 per le imprese ad alta tassazione e 12,5 contro 6,2 nelle medie/grandi superfici.

Piccoli Comuni - La "maglia nera" va a Boffalora Sopra Ticino nel Magentino: piú del doppio (37 contro 10) per le attività commerciali ad elevata tassazione e nelle medie/grandi superfici di vendita (16,2 contro 5,1), ma con valori tariffari elevati anche in tutte le altre categorie di imprese.

raccolta differenziata è Pogliano Milanese (83% contro una media del 74%), ma le tariffe della Tari sono comunque mediamente piú alte del benchmark. Pieve Emanuele ha una bassa

raccolta differenziata (57%) e tariffe mediamente piú elevate. E' Assago ad avere la percentuale piú bassa di raccolta differenziata (54%) con tariffe comunque sotto il benchmark. Nei piccoli Comuni la percentuale piú alta di raccolta differenziata è a Colturano (Melegnanese) con il 90% contro una media del 76%. La piú bassa a Montanaso Lombardo (Lodi): 52%.

Effetto Covid e Tari ridotta o esentata Si poteva fare di piú

Preoccupazione ora per il 2022 quando cesseranno le agevolazioni previste grazie agli stanziamenti statali: si potrebbero registrare aumenti tariffari di forte impatto sulle imprese

AMilano, per l'intero 2021, è stata azzerata per le utenze non domestiche la parte variabile della Tari, la tassa rifiuti, con un risparmio di 36 milioni per le attività che producono maggiormente rifiuti (vedi *Unioneinforma* di luglio-agosto a pagina 11 n.d.r.). Ma quante Amministrazioni locali hanno seguito l'esempio di Milano? E quante non l'hanno fatto? Una risposta è giunta dai riscontri delle Associazioni territoriali di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza che hanno riguardato 80 su 248 comuni presenti nel territorio della città metropolitana di Milano e delle province di Lodi e Monza Brianza; la maggior parte di questi comuni ha una popolazione superiore a 5.000 abitanti e annovera 113mila utenze non domestiche pari al 70,1% di quelle attive nel territorio considerato (escluso il Comune di Milano).

Dall'elaborazione dell'Ufficio Studi 14 Comuni hanno applicato

agevolazioni o riduzioni della Tari di valore inferiore a quello suggerito dall'Autorità di Regolazione Reti Energia Ambiente, 25 comuni hanno invece applicato riduzioni in linea con l'indicazione suggerita e 26 comuni hanno applicato riduzioni piú ampie. Di alcuni Comuni (15 su 80) non si hanno, invece, informazioni sufficienti per valutare l'entità della riduzione. In definitiva solo il 32,6% degli 80 comuni presi in esame ha garantito uno sconto coerente al danno economico che la pandemia ha causato (in particolare per alcune categorie). E non manca la preoccupazione per il prossimo anno sugli aumenti della Tari: nel 2022, infatti, cesseranno le agevolazioni tariffarie previste grazie agli stanziamenti statali. Si potrebbero, quindi, registrare aumenti tariffari di forte impatto sulle imprese.



Cordoglio e vicinanza ai familiari da parte di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per la scomparsa di Giovanni Deodato. Avvocato civilista, nato a Messina nel dicembre del 1933, Deodato è stato, a livello nazionale, presidente del Collegio dei provviri di Confcommercio.



Componente del Consiglio direttivo della Confcommercio milanese dal 1999 al 2008 Giovanni Deodato, designato da Confcommercio Lombardia, ha fatto inoltre parte dei Consigli del Capac Politecnico del Com-

In una messa a suffragio il presidente Carlo Sangalli ricorderà la sua figura

Commosso saluto a Giovanni Deodato

mercio e del Turismo e della Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni (ora Formaterziario), istituzioni formative che fanno riferimento a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Giovanni Deodato ha svolto anche un'intensa attività politica ed è stato eletto parlamentare per Forza Italia. Ha ricoperto la carica di segretario di presidenza della Camera dei Deputati dal 2001 al 2006 (presidente a Montecitorio Pier Ferdinando Casini). Tra la fine di questo mese di settembre e i primi di ottobre verrà celebrata una messa a suffragio e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ricorderà la figura di Giovanni Deodato.

Il digitale per migliori e più accessibili servizi pubblici E alle associazioni il ruolo di "tutor" per le imprese

Il punto

Stili di vita delle persone e modus operandi delle attività commerciali e industriali sono in una fase di grande trasformazione che, per realizzarsi compiutamente, richiederà un lungo periodo e imporrà un'infinità di cambiamenti, forse mai neppure immaginati.

Cambiamento non vuol dire necessariamente peggioramento. Purtroppo, però, la rapidità con cui sta avvenendo e la complessità di come è vissuto sono tali da assomigliarli molto. Tocca a tutti noi renderci partecipi, non adattarci, ma esserne protagonisti.

Tocca in primis alla classe dirigente pubblica e privata, soprattutto alla prima che dispone del potere legislativo ed esecutivo, cavalcare il cambio e renderlo fruibile perché migliorativo, purché lo sia di tutte le pecche con cui conviviamo e abbiamo convissuto, non venga visto come un'imposizione, e i cui vantaggi non siano ottenuti solo da pochi mentre il prezzo lo pagano tutti gli altri.

La transazione digitale deve rappresentare il periodo interlocutorio del passaggio riuscendo in prima istanza a far comprendere i benefici che l'era digitale

limitare, ridurre, accantonare la nostra imperante e ingombrante burocrazia.

Le pratiche di ogni tipo, la richiesta ed invio di documenti, non debbono più imporre perdite di tempo e costi per essere portate a termine. Così

come ogni tipo di transazione di operazioni finanziarie dev'essere semplificata e resa trasparente e accessibile.

L'utilizzo di ogni servizio pubblico deve quindi diventare facilmente accessibile e prenotabile da remoto e le attività commerciali e dei servizi vanno aiutate ad entrare sempre più nell'era digitale con supporti finanziari, ma anche organizzativi.

Se tutto questo avverrà, e tutti ne avranno un tornaconto, allora il digitale sarà condiviso e accettato. Per favorire l'attivazione le amministrazioni pubbliche dovrebbero affidare alle associazioni

datoriali il compito di svolgere il ruolo di tutor digitale dei loro associati. La Confcommercio è al tempo con i tempi per farlo, purtroppo le amministrazioni pubbliche no.



Bruno Villois

può attivare: a cominciare dal

Bruno Villois

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

Dal 22 al 26 ottobre HostMilano 2021

HostMilano giunge alla 42esima edizione: l'evento fieristico dell'ospitalità professionale si svolgerà in Fiera Milano dal 22 al 26 ottobre 2021. Un appuntamento programmato dagli organizzatori in presenza e in piena

sicurezza anti-Covid: l'occasione di incontro e confronto per il mondo Horeca. HostMilano 2021 propone un'agenda di oltre 800 eventi – competizioni nazionali e internazionali, show-cooking, seminari di approfondimento - suddivisi tra le sue macro-aree.

Oltre 800 eventi tra competizioni, seminari, show-cooking e degustazioni

ALTOGA: GRAN PREMIO DELLA CAFFETTERIA ITALIANA, MONDIALE DI LATTE ART GRADING E COFFEE

ADDITION – Altoga, l'Associazione nazionale torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari, animerà l'area Caffè Bar con il settimo Gran Premio della caffetteria italiana, in programma il 22 e 23 ottobre, e il secondo Campionato Mondiale di Latte Art Grading: The Lags Battle Italia il 24 ottobre e The Lags Battle mondiale il 25. Non mancheranno, con Altoga e Aicaf, le degustazioni di Coffee addition – the itineray event e Coffee tasting corner (come diventare sommelier del caffè espresso).



Panificatori milanesi a HostMilano 2021 con le scuole di formazione per la valorizzare il panino farcito

A HostMilano i panificatori dell'Associazione milanese presentano il panino farcito, prodotto con materie prime di qualità 100% italiane e sostenibili, simbolo dello Street Food Italiano (vedi anche *Unioneinforma di giugno a pagina 29 n.d.r.*). Partecipano al progetto di valorizzazione dell'Arte Bianca alcune Scuole di Panificazione selezionate. Con la collaborazione di Ebipal (Ente Bilaterale Regionale Lombardia per la Panificazione) sarà messo a disposizione degli allievi l'intero spazio espositivo per la realizzazione di un vero panino farcito di alta cucina.



Durante le cinque giornate dell'evento si alterneranno:

- sessioni di laboratorio;
- incontri con i giornalisti del food che proveranno da vicino l'esperienza dell'arte panaria, per poi divulgarne valori e contenuti;
- sessione di degustazione e valutazione finale delle ricette, nel rispetto delle normative

vigenti in materia di Covid-19.

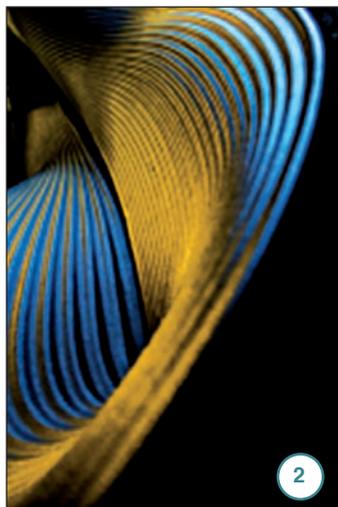
FIPE: RISTORAZIONE 4.0 – Fipe (la Federazione italiana pubblici esercizi) presenta ad HostMilano 2021 Ristorazione 4.0, Osservatorio sull'innovazione digitale nel comparto.

Quattro le mostre – vedi in questa pagina - a Palazzo Castiglioni (corso Venezia 47, Confcommercio Milano) per Photofestival 2021, la 16esima edizione della rassegna della fotografia d'autore, in programma (dal 16 settembre) fino al 31 ottobre, con 150 mostre fotografiche in presenza, ma anche online con un canale dove visitare virtualmente tutte le esposizioni in programma. Intitolata "La natura e la città. Segni di un tempo nuovo",

l'edizione Photofestival 2021 propone una riflessione sui temi della sostenibilità e della rigenerazione urbana. Photofestival (vedi anche *Unioneinforma* di febbraio a pag. 23 n.d.r.) è promosso e organizzato da AIF, l'Associazione Italiana Foto & Digital Imaging, patrocinato da Comune di Milano e Regione Lombardia e

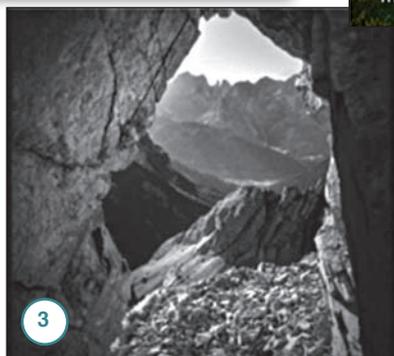
Quattro esposizioni nella sede della Confcommercio milanese in corso Venezia 47

Photofestival fino al 31 ottobre Le mostre fotografiche a Palazzo Castiglioni



2

realizzato
in collabo-
razione con



3



1

Immagini tratte dalle pagine del catalogo di Photofestival dedicate alle mostre a Palazzo Castiglioni



Rassegna promossa e organizzata da AIF Associazione Italiana Foto & Digital Imaging

Confcommercio Milano e Comune di Monza e con photo-SHOWall®. Photofestival si avvale del supporto del main sponsor Banca Euromobiliare e dello sponsor Gruppo Cimbali, oltre che delle singole aziende associate ad AIF e degli inserzionisti.

Il catalogo di Photofestival, distribuito gratuitamente in tutti i luoghi espositivi e in alcuni fra gli ambiti più significativi di Milano, è disponibile in versione bilingue italiano/inglese.

Info: www.milanophotofestival.it.



4

Dall'11 al 22 ottobre:

▶ Alberto Bregani "Un'intima conversazione"

(3) Foto di Alberto Bregani (Val di Fassa)

▶ Roberto Polillo, Massimo Facchinetti "Coincidenze temporali"



(4) Mascherine simboli di protezione (archivio Roberto Polillo)

Fino al 1° ottobre (dal 17 settembre):

▶ photoSHOWall® "RiScatta -l'Obiettivo - Scatta la Notizia" in collaborazione con Canon.

(1) Nella foto di repertorio: Davide Tremolada *Intraversato_iGIGANTI* photoSHOWall (dall'immagine Parigi Beaubourg 1982, Gianni Berengo Gardin, progetto speciale per la mostra "Il rigore dello sguardo", Fondazione 3M, Photofestival edizione 2020)

▶ Kim Dupont Holdt "La sorpresa della luce" a cura di Roberto Mutti (comunicazione a cura di Vittorio Schieroni ed Elena Amodeo/MADE4ART).

(2) Foto di Kim Dupont Holdt (*I drink Barolo sitting on the bench watching TV*)



Siglato in Prefettura. Tra i firmatari Epam (l'Associazione pubblici esercizi)



Milano e il Patto sulla movida



Impegno pubblico-privato per un divertimento consapevole nel rispetto delle regole

A Milano in Prefettura siglato il patto sulla movida. Un protocollo d'intesa fra pubblico-privato che definisce pratiche concordate volte, da un lato, a contrastare i comportamenti pregiudizievoli per la quiete pubblica e per il decoro urbano; dall'altro a promuovere iniziative mirate ad avvicinare i

giovani a un corretto stile di vita e a un divertimento consapevole. Il protocollo nasce con l'obiettivo di promuovere una cultura del divertimento sano, coinvolgendo i giovani e gli esercizi presenti nelle zone della movida. Questo, in sintesi, l'obiettivo dell'accordo siglato da Prefettura e Comune di Milano (con il prefetto Renato Saccone e il sindaco Giuseppe Sala), Ats (Azienda di tutela della salute) Città Metropolitana di Milano, Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi Confcommercio Milano), Università Bicocca, Confesercenti Milano e Associazione Italiana Sicurezza Sussidiaria. Le principali aree dove mettere in atto le iniziative anti-movida selvaggia, dalle 21 del venerdì alle 2 del sabato e dalle 21 del sabato alle 2 della domenica, sono: piazza del Duomo/piazza Mercanti; corso Garibaldi/corso Como/viale Monte Grappa; Darsena/ Navigli; Brera; Colonne di San Lorenzo; piazzale Archinto; quartiere Lazzaretto/via Lecco/via Melzo; Arco della Pace; Quartiere Isola; piazza Minniti/via Borsieri; Area Nolo; via Tortona. (AL)

GLI IMPEGNI DELLE ASSOCIAZIONI DI RAPPRESENTANZA CON IL PATTO

Sensibilizzare, informare e sollecitare la collaborazione dei gestori dei locali in merito agli obiettivi del protocollo d'intesa; fornire supporto alle associazioni di via e promuovere presso i titolari di pubblici esercizi delle zone di movida l'utilizzo di operatori della sicurezza privata; favorire e sostenere all'interno dei locali gestiti da loro associati campagne informative e di sensibilizzazione rivolte alla clientela; supportare i propri associati alla realizzazione e diffusione di materiale informativo; collaborare, con i gestori dei locali e con i soggetti pubblici competenti, all'organizzazione di corsi di formazione specifica; favorire l'attivazione di un servizio di tempestiva e costante raccolta dei vuoti e dei rifiuti nelle aree di competenza del pubblico esercizio, nonché la pulizia notturna delle aree adiacenti ai locali; promuovere forme educative di strada con l'intervento di artisti che abbiano la capacità di orientare il pubblico presente ad evitare comportamenti antisociali.



Lino Stoppani, presidente Epam (Associazione pubblici esercizi Confcommercio Milano) firma il patto in Prefettura



Momento inaugurale con il presidente di Assofood e del Consorzio Morsenchio Sergio Monfrini che ha accompagnato il sindaco Giuseppe Sala e l'assessore al Commercio Cristina Tajani

Milano, nuova vita per il Mercato comunale coperto Morsenchio



"Grazie agli interventi di riqualificazione e messa a norma, rinasce uno dei mercati storici coperti della nostra città - ha dichiarato il sindaco Sala - Ciò non sarebbe stato possibile senza la proficua collaborazione tra Comune e consorzi di operatori, un lavoro congiunto che già in altri quartieri ha portato alla rigenerazione di strutture simili. L'obiettivo che stiamo perseguendo è di valorizzare la dimensione sociale dei mercati milanesi: non solo luoghi di acquisto e spese, ma anche spazi di aggregazione e ricreativi, aperti alle associazioni e a manifestazioni culturali. Ringrazio il Consorzio Morsenchio per quanto farà nei prossimi anni,

Con il sindaco di Milano Giuseppe Sala e l'assessore comunale al Commercio Cristina Tajani - accompagnati dal presidente di Assofood (Confcommercio Milano) e del Consorzio Morsenchio Sergio Monfrini - momento di inaugurazione (il termine per la riqualificazione completa è previsto in questo mese di settembre) per il rinnovato Mercato Comunale Coperto di Morsenchio a Milano in viale Ungheria (largo Guerrieri Gonzaga). Visita ai 21 operatori attivi nel mercato: operatori che, da oltre un anno, sono appunto riuniti in Consorzio per la gestione unitaria del Mercato per un pieno rilancio della struttura costruita nel 1960. All'evento inaugurale nel Mercato Morsenchio la collaborazione anche degli allievi del Capac Politecnico del Commercio e del Turismo.

In questo mese a regime la riqualificazione completa. Mix commercio-attività di aggregazione



per fare anche di questo mercato un luogo in grado di rispondere con efficacia alle nuove esigenze e ai nuovi tempi e stili di vita di una città contemporanea come Milano". "I provvedimenti che abbiamo realizzato in questi anni - ha rilevato l'assessore Cristina Tajani - ci hanno consentito di adottare interventi e misure di rilancio di tipo strutturale capaci di garantire una tenuta del modello mercatale per



molti anni, rendendo lo stesso flessibile e capace di reagire alle sollecitazioni dei nuovi bisogni dei cittadini e favorendo il mix tra funzione economica e sociale sul modello di quanto avvenuto per il Mercato coperto in Santa Maria del Suffragio, in Darsena, al Lorenteggio, piazzale Lagosta e ora Morsenchio a cui si aggiungeranno



Wagner, Prealpi e Rombon". "Un cambiamento di approccio che ci ha permesso, come Amministrazione, di consolidare la 'trasformazione evolutiva' del concetto stesso di mercato. I mercati comunali coperti, diventati il punto di scambio non solo di merci, ma anche di idee e di relazioni, attraverso la commistione tra attività commerciali classiche – comunque sempre prevalenti – e attività con finalità sociali, culturali, aggregative e ricreative". "Oggi si chiude un cerchio, e si apre un percorso importante per il rilancio dei Mercati Comunali Coperti, e del Morsenchio in particolare, avviatosi con la presentazione, nel 2017, di questa nuova idea progettuale. Un progetto che va in porto grazie anche alla coesione degli operatori commerciali che, con lungimiranza, hanno condiviso l'idea di una nuova gestione del mercato" ha affermato Sergio Monfrini, presidente del Consorzio Morsenchio e di Assofood.



Le novità al Mercato Morsenchio

Il Mercato di Morsenchio vanta una valutazione molto positiva da parte dei cittadini del quartiere rispetto all'offerta merceologica e alla qualità dei prodotti e servizi proposti. Gli operatori hanno rimodernato gli stalli e ampliato la loro attività con servizi di consumo sul posto e di asporto. Il Consorzio Morsenchio, che ha in carico la struttura per 20 anni sino al 2040, si è occupato della messa a norma di tutti gli impianti compreso il nuovo impianto di climatizzazione oltre al rifacimento del tetto, delle parti comuni, di tutte le porte e dei serramenti oltreché delle facciate e della nuova insegna per un investi-

mento complessivo di più di 1 milione di euro. A questo si è aggiunto anche il rifacimento dell'aiuola antistante l'ingresso del mercato con la messa a dimora di essenze arbustive e la realizzazione di un nuovo

impianto di irrigazione, per un costo di 30 mila euro. Nonostante il difficile periodo segnato dalla pandemia, il Consorzio Morsenchio intende impegnarsi non solo per l'attenzione verso il risparmio energetico, l'economia circolare, la riduzione dei rifiuti e l'utilizzo di plastica biodegradabile, ma soprattutto per l'organizzazione periodica di eventi e appuntamenti per riportare il mercato al centro della vita sociale del quartiere. Il Mercato ha aperto i suoi spazi alle tante associazioni presenti nel Municipio 4 per sensibilizzare i cittadini al tema

della corretta alimentazione e lotta allo spreco grazie all'installazione di una bacheca ove inserire i programmi delle diverse associazioni e uno spazio permanente in loco per le attività del terzo settore. Il Consorzio ha guardato

anche al web e al futuro grazie alla creazione di una app e di un sito attraverso cui si possono ordinare direttamente i prodotti offerti dagli operatori del Mercato, optare per il servizio a domicilio oltre a scoprire tante curiosità sulla storia del mercato, le notizie e tutti gli appuntamenti e gli eventi ospitati dalla struttura.



*Chiude la bottega storica:
il suo fondatore, Giovanni Ghianda,
va in pensione*

Melegnano, quartiere Carmine, non lontano dalla via Emilia. L'anno successivo viene affiancato in negozio dalla moglie Maria Grossi e, in breve tempo, con lei alla cassa e lui al bancone, la Macelleria Ghianda decolla, diventando punto di riferimento sul territorio.

Melegnano, i 50 anni della "Macelleria Ghianda"



A Melegnano chiude la "Macelleria Ghianda", storico esercizio commerciale.

Con ben 50 anni di attività, Giovanni Ghianda – spiega l'Associazione territoriale Confcommercio di Melegnano – si è distinto nel panorama delle attività commerciali melegnanesi quale migliore esempio di negozio di vicinato, operando sempre con l'obiettivo di offrire ai propri clienti qualità, convenienza e cortesia. Non solo grande commerciante, ma anche figura di spicco nell'Associazione territoriale di Melegnano della quale è stato consigliere e vicepresidente. Giovanni Ghianda è stato anche prezioso consigliere per tanti anni nell'Associazione Macellai di Milano e provincia Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza.

La carriera di Giovanni Ghianda inizia non ancora 13enne, quando entra nel negozio del noto commerciante Enrico Rossetti in via San Martino, quartiere Borgo. A distanza di qualche anno Giovanni Ghianda sceglie di lavorare nella centrale via Dezza, presso il negozio di Ambrogio Oriani, altro nome storico del commercio melegnanese. Dopo lunga gavetta, Ghianda decide di aprire la propria bottega il 1° aprile 1971, in via Vittorio Veneto, a nord di



*Dall'Associazione territoriale
Confcommercio di Melegnano
e dall'Associazione Macellai
il ringraziamento
per il grande impegno profuso*

E così fino ai giorni nostri, con un'ampia clientela, non solo locale, ma proveniente da tutto il sud Milano, oltre che da Milano città.

Giovanni Ghianda è noto e stimato a Melegnano non solo per la sua attività commerciale e per il suo ruolo in Associazione, ma anche perché è sempre stato in prima linea in tutte le manifestazioni cittadine: dall'importante Fiera del Perdono, storica manifestazione della realtà locale giunta all'edizione numero 458, alle tradizionali sagre e ai tanti eventi della città.

Il Direttivo di Confcommercio Melegnano e il Direttivo dell'Associazione Macellai di Milano e provincia di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza esprimono un profondo ringraziamento a Giovanni Ghianda per l'impegno profuso negli anni, augurandogli di godersi al meglio la meritata pensione che lo vedrà dedicato alla famiglia e, in particolare, ai quattro nipoti.



L'assemblea straordinaria della Confcommercio territoriale di Seregno ha votato all'unanimità il primo passaggio che porterà alla costituzione del nuovo organismo associativo

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: avviato il percorso per la nascita della nuova Associazione Territoriale Alta Brianza

L'assemblea straordinaria dell'Associazione territoriale Confcommercio di Seregno ha votato all'unanimità il primo passaggio per la costituzione della nuova Associazione Territoriale Alta Brianza di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Associazione nella quale confluiranno le 1.200 imprese associate dei territori di Seregno e Desio (Comuni di: Albiate, Besana in Brianza, Briosco, Carate Brianza, Correzzana, Giussano, Renate, Seregno, Sovico, Triuggio, Veduggio con Colzano, Verano Brianza, Bresso, Cormano, Cusano Milanino, Desio, Nova Milanese e Paderno Dugnano). La sede della nuova Associazione Territoriale Alta Brianza sarà a Desio con un punto d'appoggio a Seregno (in via Mariani 10).

Con la nascita dell'Associazione Territoriale Alta Brianza, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza raggiungerà l'obiettivo di costituire la più grande associazione d'impresa della Brianza puntando ad una razionalizzazione strutturale e contestualmente ad un efficientamento ed investimento in risorse umane, rafforzando i servizi nei confronti delle aziende associate.

L'esperienza maturata con i lunghi mesi dell'emergenza Covid è, infatti, quella di trovare le migliori soluzioni per l'asset immobiliare delle sedi e accrescere sempre più il rapporto con l'associato. Andando a trovare gli imprenditori sul territorio per un più efficace e mirato supporto.

Digital economy: accordo di collaborazione tra FIMAA Milano Lodi Monza Brianza e Assofintech

FIMAA Milano Lodi Monza Brianza (intermediazione immobiliare, creditizia e merceologica) e AssoFintech (operatori dei settori fintech e insurtech), hanno sottoscritto un accordo biennale di collaborazione per valorizzare le opportunità offerte dalla digital economy.

L'intesa nasce dalla necessità di promuovere la conoscenza delle tecnologie proptech, fintech e insurtech, contribuire a creare un ecosistema aperto all'innovazione tecnologica e individuare modalità di partnership tra aziende del settore immobiliare e aziende proptech/fintech/insurtech, anche attraverso l'organizzazione di incontri con investitori professionali e istituzionali.

AssoFintech rappresenta tutti gli attori del mondo fintech e insurtech nel panorama nazionale con una grande attenzione agli sviluppi internazionali come startup, "challenger banks" o banche tradizionali che si confrontano con le nuove tecnologie; asset manager alla ricerca di nuovi



strumenti di analisi e di gestione; investitori istituzionali o privati; legali e altri professionisti che affiancano banche e imprese; docenti, ricercatori e studenti universitari; istituzioni e regolatori.

Il "Manifesto per la mobilità"

Fnaarc: ritardi in autostrada? Rimborsi agli agenti di commercio al pari di aerei e treni

Tempi di percorrenza troppo lunghi per code/incidenti/cantieri? Agli agenti e rappresentanti di commercio, come a tutti gli utilizzatori delle autostrade, vengano rimborsati i costi per i ritardi. I rimborsi autostradali sono il punto centrale del "Manifesto per la mobilità" rilanciato da Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a

Confcommercio. "Ogni anno percorriamo mediamente 60mila chilometri: la mobilità – afferma il presidente di Fnaarc Alberto Petranzan – non deve costituire un problema per il nostro lavoro di agenti come per il lavoro di tutti, ma un'opportunità di sviluppo contribuendo ad accelerare la ripresa economica".

"Le autostrade – prosegue Petranzan – sono un servizio, in regime di monopolio, che consente la nostra mobilità, al pari degli aerei e dei treni. Noi paghiamo il servizio autostradale al pari di chi acquista un biglietto aereo o ferroviario. Perché, allora, ad un agente di commercio che, per cause riconducibili alla gestione dei tratti autostradali, ad esempio i cantieri, subisce comprovati ritardi nel suo tragitto di lavoro non gli deve essere riconosciuto un bonus o rimborso come accade ai viaggiatori di treni e di aerei?".

"Le autostrade sono infrastrutture molto tecnologiche – evidenzia Petranzan – i ritardi sarebbero perciò facilmente definibili. Oggi in molti casi si sa quando entriamo in autostrada, ma non sappiamo quando si esce. L'unica certezza è il costo del pedaggio. Chi, come noi agenti, si sposta per lavoro – sono 220.000 ricorda Fnaarc gli agenti e rappresentanti di commercio – queste situazioni diventano costi da sostenere e mancati guadagni che gravano sui nostri bilan-



Alberto Petranzan, presidente di Fnaarc



Manifesto per la Nuova Mobilità degli Agenti di Commercio

Ogni anno noi agenti e rappresentanti di commercio percorriamo mediamente 60.000 chilometri: l'automobile è il nostro ufficio.

Svolgiamo un lavoro fondamentale per le imprese, per il commercio e per l'economia del Paese.

Nel confronto con l'Europa, paghiamo più tasse, sosteniamo maggiori costi per il carburante e siamo costretti a percorrere strade peggiori.

Per noi agenti di commercio italiani la mobilità è un problema, mentre dovrebbe essere un'opportunità di sviluppo, oggi più che mai.

FNAARC promuove il Manifesto per la Nuova Mobilità degli Agenti di Commercio.

5 punti per accelerare la ripresa economica del settore.

1 RIMBORSI AUTOSTRADALI

Per le autostrade paghiamo un servizio. Se il percorso autostradale è fortemente rallentato a causa di eccessivi lavori di manutenzione, le conseguenze non possono ricadere solo sugli utenti. Chi prende il treno o l'aereo ha diritto a un rimborso se c'è un ritardo per responsabilità del gestore. La stessa cosa deve avvenire per le autostrade!

2 LIMITI DI VELOCITÀ E AUTOVELOX

I limiti di velocità devono essere una garanzia per la sicurezza, non una trappola per gli automobilisti. Gli autovelox servono a garantire il rispetto di limiti corretti e non a rimpinguare le casse dei Comuni. **No a trappole autovelox** su strade statali con continui cambi di limiti di velocità senza nessuna logica. Serve una nuova regolamentazione!

3 DEDUCIBILITÀ COSTI AUTO

Per gli agenti di commercio l'auto è strumento di lavoro fondamentale. L'importo deducibile per l'acquisto dell'auto è rimasto fermo ai tempi della lira! Gli agenti di commercio hanno bisogno di auto più moderne, più sicure e più adatte al loro lavoro. Gli agenti devono poter scaricare il costo di acquisto oltre la soglia attuale di 25mila euro!

4 MOBILITÀ GREEN

Migliaia di agenti di commercio potrebbero passare alla mobilità elettrica e ibrida plug-in dando un decisivo contributo alla riduzione dell'inquinamento. Gli agenti di commercio vogliono essere protagonisti della green economy ma vivono una crisi che riduce la loro capacità di investimento. Servono incentivi dedicati alla mobilità green degli agenti!

5 ACCESSO AI CENTRI URBANI E PERMESSI DI SOSTA

Per quale ragione chi consegna la merce può accedere alle ZTL e ha a disposizione piazzole di parcheggio dedicate mentre l'agente di commercio no? Entrambi lavorano con gli esercizi commerciali, entrambi fanno muovere le merci e fanno muovere l'economia del Paese. Gli agenti devono poter usufruire dei parcheggi per scarico merci e devono poter accedere alle ZTL dei propri territori!

www.fnaarc.it



ci. Un ritardo può farci annullare un appuntamento di lavoro e perdere un'opportunità di vendita".

Il "Manifesto per la mobilità" di Fnaarc tocca anche altri temi molto concreti:

le trappole autovelox sulle strade statali con continui cambi dei limiti di velocità. Limiti che devono essere una garanzia per la sicurezza della guida, non un

"bancomat" per le casse dei Comuni; l'importo deducibile per l'acquisto

Il presidente Fnaarc Alberto Petranzan: ogni anno percorriamo mediamente 60mila chilometri. Le autostrade sono un servizio. La mobilità non dev'essere un problema per il lavoro degli agenti, ma un'opportunità di sviluppo

dell'automobile – un vero e proprio "ufficio" per gli agenti e rappresentanti – rimasto fermo da troppo tempo. Fnaarc chiede di alzare l'attuale soglia di 25mila euro; la mobilità green: moltissimi agenti e rappresentanti potrebbero passare alla mobilità elettrica e ibrida contribuendo a ridurre l'inquinamento. Ma servono più incentivi; i centri urbani e la sosta: anche gli agenti di commercio, per la loro attività – rileva Fnaarc – devono poter accedere alle ztl o alle piazzole di sosta dedicate al carico-scarico. Gli agenti lavorano con gli esercizi commerciali e fanno muovere le merci.



SAVE THE DATE

21 OTTOBRE 2021

75° AICE:
IL MONDO È IL NOSTRO MERCATO
Per un commercio internazionale aperto e sostenibile, leva di crescita e sviluppo

In occasione della celebrazione del 75° della sua fondazione, Aice organizza un momento di confronto sui temi dell'export e dell'internazionalizzazione tra le principali istituzioni e il mondo delle imprese

Associazione italiana commercio estero: "Il mondo è il nostro mercato"

Il 21 ottobre in Confcommercio Milano l'evento per il 75esimo di Aice

di grande difficoltà operativa per la pandemia, sono state fornite da Aice più di 1.800 consulenze tecniche, sono state for-

mate oltre 7.800 persone, si sono svolte più di 150 ricerche di potenziali controparti estere per conto delle aziende associate. Il 21 ottobre sarà per Aice un momento di confronto sui temi dell'export e dell'internazionalizzazione con le più importanti istituzioni nazionali ed europee e il mondo delle imprese che l'Associazione rappresenta. Aice farà il punto sulle politiche di sostegno al Made in Italy e sulle connessioni con il PNRR. Si guarderà anche al futuro con l'analisi delle opportunità che potranno nascere per le imprese dai grandi eventi internazionali come Expo Dubai, ma anche



Riccardo Garosci, presidente di Aice

Il 21 ottobre appuntamento in Confcommercio Milano, in corso Venezia 47, per celebrare il 75esimo anniversario della nascita di Aice, l'Associazione italiana commercio estero. Il titolo scelto per l'evento del 75° racchiude ciò che è il fondamento dell'attività di Aice: "Il mondo è il nostro mercato. Per un commercio internazionale aperto e sostenibile, leva di crescita e sviluppo". Aice oggi è una realtà importante nel sistema Confcommercio con una qualificata attività di supporto alle imprese nell'import e nell'export. Solo nel 2020, anno

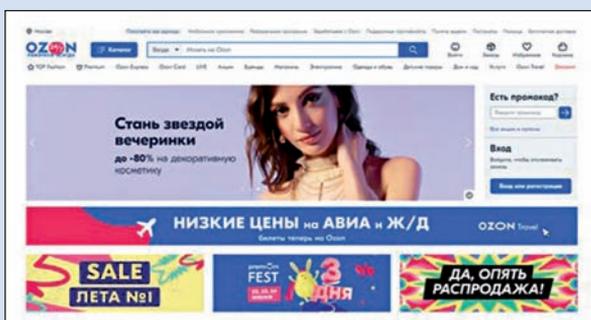
le Olimpiadi invernali di Milano Cortina 2026.

Aice e Ozon Global partnership per sviluppare nuove opportunità di export in Russia

Aice e Ozon Global piattaforma cross-border multi-categoria di primaria importanza in Russia, hanno stretto un accordo di collaborazione con l'obiettivo di aiutare le aziende italiane a sviluppare nuove opportunità di export nel mercato russo.

Quest'opportunità di business – rileva Aice - è particolarmente interessante in quanto non solo i requisiti per essere presenti sul marketplace sono estremamente semplificati, ma anche e soprattutto perché permette di vendere direttamente a migliaia di potenziali clienti russi senza l'applicazione di dazi che, se dovuti, ricadranno direttamente sul consumatore finale.

I venditori, infatti, creando un account gratuito sul sito <https://seller.ozon.ru/app/signup> potranno gestire autonomamente il trasporto o avvalersi del servizio logistico dei partner di Ozon per spedire i propri prodotti sul territorio russo.



logica vendita e il supporto di un team Ozon nel gestire il profilo aziendale e le vendite realizzate.

Ozon Global è parte di Ozon, piattaforma quotata in borsa che raccoglie oltre 16 milioni di consumatori russi e genera circa 74 milioni di ordini all'anno. Elettronica, abbigliamento, arredo, calzature e cosmetici sono i principali settori presenti su questo marketplace B2C dove i consumatori possono reperire facilmente prodotti di brand europei spesso difficilmente disponibili in Russia.

È prevista una commissione per il marketplace che varia dal 4% al 15% in base alla categoria merceologica.

*In Confcommercio Milano
l'assemblea dell'Associazione italiana
commercio chimico
con il presidente di Confcommercio
Carlo Sangalli
e Ferruccio De Bortoli*

AssICC: "75 anni di legami chimici": in Confcommercio Milano si è svolta l'assemblea generale ed elettiva, in presenza e online, dell'Associazione italiana commercio chimico (vedi *Unioneinforma* di luglio agosto a pagina 23 n.d.r.). Con Marco Coldani, che è stato rieletto per acclamazione presidente di AssICC per il quinquennio 2022-2026, sono intervenuti il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e il giornalista e scrittore Ferruccio De Bortoli (editorialista del *Corriere della Sera* e già direttore del quotidiano) che ha affrontato il tema della responsabilità e del ruolo delle associazioni. Rinnovato il Consiglio Direttivo ed eletto per acclamazione il Collegio dei Probiviri (vedi alla pagina di fronte).

AssICC – spiega Coldani – "è un punto di riferimento per la chimica in Italia": associa le imprese che operano nell'ambito



Marco Coldani



AssICC: "75 anni di legami chimici"
Marco Coldani
rieletto presidente

del commercio, della produzione e distribuzione di prodotti chimici, ma anche società di servizi alla distribuzione e professionisti. 240 realtà che rappresentano circa il 70% del fatturato totale della distribuzione chimica nazionale.

"Il settore produttivo e distributivo della chimica è essenziale per il sistema Paese – prosegue Coldani – e la stessa emergenza sanitaria Covid lo ha reso ancor più evidente (gas medicinali, reagenti e principi attivi farmaceutici, disinfettanti e materiali per le mascherine). In

informa
Unione

Mensile di informazione
di CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

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



Il presidente di AssiCC Marco Coldani con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e Ferruccio De Bortoli

ambito europeo l'Italia è il terzo mercato per l'impiego di prodotti chimici".

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ha ricordato l'emergenza ancora aperta per un terziario di mercato che, nel 2020, si è misurato con una caduta dei consumi di 107 miliardi di euro.

La ripartenza, ha detto, è un percorso con tante tappe. E se la prima tappa sono i sostegni, per arrivare in cima occorrono politiche, progetti e investimenti.

Serve una profonda riforma fiscale e il PNRR "sarà una grande occasione solo se noi sapremo essere un grande Paese unito". In occasione dell'assemblea di



Ferruccio De Bortoli

AssiCC è stato diffuso il nuovo annuario Soci nella sua veste speciale dedicata al 75esimo: un impegno rilevante per tracciare la lunga storia di AssiCC.



AssiCC: il Consiglio Direttivo e il Collegio dei Proviviri

Consiglio direttivo: Antonia Baslini (CCB - Commercio Chimico Baslini Srl); Enrico Campana (Eurosyn Spa); Stefano Carezzi (Connect Chemicals Italia Srl); Emilio Carmagnani (Attilio Carmagnani "AC" Spa); Marcello Cavazzana (Milano Colori Srl); Giorgio Cerri (Helm Italia Srl); Luigi Cirgioni (Univar Solutions Spa); Andrea Donati (Ilario Ormezzano - Sai Srl); Matteo Fabiani (Spica S.R.L.U.); Alberto Fasoli (Metachem Spa); Sergio Fontana (Farmalabor Srl); Oliver Fox (Barentz Service Spa); Marco Gerosa (Azelis Italia Srl); Stefano Gianni (Prodotti Gianni Srl); Enrico Grignaffini (Synthesis Spa); Federico Guanzini (DKSH Italia Srl); Fabio Lencioni (L.C.M. Trading Spa); Marco Madeddu (IMCD Italia Spa); Massimo Maragna (Neri Depositi Costieri Spa); Enea Marchesi (Gamma Chimica Spa); Alberto Piombi (A.C.E.F. Spa); Marco Rebuzzini (C.F.M. Spa); Francesco Romagnoli (BASF Italia Spa - BTC

Chemical Distribution Unit); Marco Sadino (L'Aprochimide Srl); Alberto Savini (Claudio Savini & Figli Srl); Sandro Torchiani (Torchiani Srl); Nathalie Veronelli (Eigenmann & Veronelli Spa); Luigi Viano (Carisma Snc); Ignazio Vullo (Brenntag Spa); Edgar Wenzel (Deimos Srl).

Collegio dei Proviviri: Sergio Palumbo (presidente); Massimo Molla, Amalia Pannuti (membri effettivi); Paolo Andreoli, Paolo Lessio (membri supplenti).



Pillole molto pratiche aperte a tutti sui principali driver di mercato



La ripresa con i webinar Asseprim

Si tratta di pillole di "in-formazione" gratuite aperte a tutti, della durata di 50 minuti attraverso cui i soci Asseprim condividono il proprio know how contribuendo ad una maggior consapevolezza dei servizi professionali richiesti dal mercato.

Ricco e molto innovativo il programma di webinar organizzato da Asseprim (la Federazione dei servizi professionali per le imprese) in questo secondo semestre 2021.

Tutti i partecipanti hanno la possibilità di intervenire attivamente al termine del webinar e, successivamente, contattare

relatori valutando eventuali convenzioni del mondo Confcommercio attraverso il

Le macro-tematiche di riferimento dei webinar Asseprim afferiscono ai principali driver di mercato di questo momento:

- ▶ sostenibilità ambientale ed economica (rating, certificazioni e opportunità per le imprese);
- ▶ gestione finanziaria (analizzate le modalità per gestire, leggere ed interpretare un bilancio e per meglio definire le risorse economiche e finanziarie a propria disposizione);
- ▶ organizzazione del lavoro e delle risorse umane (con l'approfondimento anche delle tecniche di vendita per superare le sfide 2020 generate con la pandemia, il mindset, la resistenza al cambiamento, lo stile di leadership nell'era post Covid);
- ▶ marketing digitale (tra i temi toccati spiccano la definizione di un piano di digital marketing, la misurazione dei risultati derivanti dall'utilizzo dei social media, l'advertising sui social e l'importanza della presenza su LinkedIn).

Servizi professionali richiesti: le convenzioni sul portale servizioproimpresa.it

portale servizioproimpresa.it. Solo gli associati possono partecipare in qualità di relatori ai webinar.

I webinar Asseprim, aperti a tutti, sono uno strumento formativo flessibile, efficace e pratico; con un semplice click è possibile iscriversi consultando il calendario visibile su asseprim.it e sul portale servizioproimpresa.it (<https://www.servizioproimpresa.it/category/iniziative/>). (CP)

Partnership tra Assofranchising e Cattolica Assicurazioni

Autoimpiego in affiliazione, un'opportunità che merita prodotti dedicati anche dal punto di vista assicurativo. Questo il senso della partnership nata tra Cattolica Assicurazioni S.p.A e Assofranchising. L'accordo punta a consolidare l'offerta di prodotti dedicati all'imprenditorialità in affiliazione, con l'obiettivo di proporre soluzioni su misura per franchisor e franchisee, in un



quadro generale che vede le pmi italiane sotto-assicurate. Cattolica Assicurazioni, nel ruolo di main partner, porrà alle aziende socie e ai loro affiliati prodotti assicurativi studiati ad hoc. Partendo da un dato significativo, rileva la nota Assofranchising: la diffusione di polizze assicurative tra le imprese italiane è ancora limitata e

differenziata per classe dimensionale. Supera il 50% solo per i rischi principali (incendio, furto ed Rc) mentre rimane molto bassa per coperture specifiche quali Rc prodotto, ambientale o business interruption e, in generale, per le imprese di piccole dimensioni (fino a 9 addetti).



Marco Preti, presidente di Ancic

Aziende di informazioni commerciali Seminario di aggiornamento Ancic il 14 ottobre in Confcommercio Milano

E' in programma giovedì 14 ottobre (in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Orlando, dalle ore 10.30) la quarta edizione del "Seminario di aggiornamento ai sensi di quanto previsto dal D.M. 269/2020 e seguenti per il rinnovo triennale dell'autorizzazione

per le aziende di informazioni commerciali". L'iniziativa è promossa da Ancic, l'Associazione delle imprese di informazioni commerciali e di gestione del credito.

Andec: sul digitale terrestre rispetto della road map

Digitale terrestre: Andec Confcommercio (l'Associazione nazionale che rappresenta importatori, produttori, filiali di case estere dei prodotti di elettronica civile) con una lettera inviata al ministro dello Sviluppo Economico (MISE) Giancarlo Giorgetti ed alla sottosegretaria Anna Ascani ha chiesto il rispetto della road map definita da tempo dal Ministero ricordando che il complesso processo di transizione verso i nuovi standard di trasmissione digitale terrestre risponde all'obiettivo di liberare le frequenze destinate alle telecomunicazioni e, al contempo, di migliorare il livello qualitativo delle trasmissioni. Andec ritiene necessario che il ricambio tecnologico degli apparecchi presenti nelle case



Maurizio Iorio, presidente Andec

degli italiani avvenga in modo progressivo e con lo scopo di arrivare alla scadenza del 30 giugno 2022 con il minor numero possibile di apparati non conformi ai nuovi standard.

Distribuzione edile: il convegno nazionale Sercomated Parole chiave: formazione, finanza, filiera

Al Green Pea, Green Park Retail a Torino, si sono svolti i lavori del convegno nazionale Sercomated 2021, incontro annuale organizzato da Sercomated, il Centro servizi per le imprese della distribuzione edile. Presentato da Edoardo Sabbadin, docente di Economia e gestione delle imprese del Dipartimento di Economia dell'Università di Parma e da Imen Boulahrajane, media expert e founder di Will, il convegno "La scommessa della distribuzione edile" ha puntato i riflettori sull'attualità del settore e sui nuovi progetti per il futuro nel settore dell'edilizia e della distribuzione edile. Formazione, Finanza e Filiera: queste le tre F da declinare nel settore. "La finanza diventa positiva e chiave di volta per sviluppare la crescita, ma è direttamente collegata alla formazione dell'imprenditore e degli addetti per un'apertura agli accordi di filiera, con colleghi e concorrenti, e a quella personalizzazione dell'azienda intesa come superare l'idea di essere proprietari del 100% per andare verso una condivisione, nell'accezione di un gruppo di acquisto o di un multipoint, per abbracciare la crescita in maniera positiva senza i freni del passato" ha detto Luca Berardo, presidente di Sercomated.

"Senza magazzino edile non esiste filiera": ha rilevato Giuseppe Freri, presidente di Federcomated, la Federazione Confcommercio dei distributori di materiali per l'edilizia. "La trasformazione che stiamo vivendo, anche nel mondo della distribuzione dei materiali da costruzione deve essere guidata dal mondo dell'imprenditoria con intelligenza e competenza. La partnership tra la distribuzione e i produttori di materiali edili deve essere un rapporto di trasparenza per coltivare insieme un progetto sul territorio, attraverso la trasformazione dei punti vendita in luoghi di comunicazione e di diffusione del buon costruire, dove poter esaltare un nuovo ruolo del distributore, che è uno dei perni attorno a cui ruota il settore dell'edilizia". "La dimensione aziendale - ha osservato Mario Verduci, segretario generale Federcomated e amministratore delegato Sercomated - è stata una criticità storica del nostro settore. Le imprese retail si suddividono in indipendenti (circa 6.500), in multipoint (30 con più di 3 punti vendita), e aggregazioni di impresa (1.500 distribuite in 40 consorzi) quindi, mediamente, 37 associati per ogni consorzio": con fatturato medio per punto vendita di 2 milioni e 280mila euro, mentre quello nazionale corrisponde a 2 milioni 125 mila euro.



Festival della pratica musicale amatoriale

50&Più Milano #SuonoPerché

Video entro il 12 ottobre, verifica dei like il 13 e premiazione in Confcommercio Milano il 25 ottobre

Con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, 50&Più Milano lancia l'edizione 2021 del Festival della pratica musicale amatoriale #SuonoPerché. Il festival è aperto a tutti. Si può partecipare inviando un video da solista o di gruppo di un brano musicale spiegando il "perché" della passione per la musica. Il brano verrà pubblicato entro 48 ore sulla pagina Facebook di 50&Più Milano e potrà essere condiviso per ottenere like. I tre video che avranno più like alla data del 13 ottobre (ore 11) saranno premiati il 25 ottobre in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Orlando).

#SuonoPerché: come partecipare

Condividi l'evento e vota il brano preferito

Info: segreteria 50&Più Milano:
02 76281227
www.spazio50.org/milano
www.facebook.com/Milano50epiu

Invio video (dal 12 settembre) fino al 12 ottobre

I video devono essere girati in orizzontale in formato MP4 e devono avere una durata massima di 3 minuti.

Possano essere inviati:

- con messaggio Facebook indirizzato a m.me/Milano50epiu
- caricando il video su YouTube e inviando il link a 50epiu.mi@50epiu.it
- tramite wetransfer.com all'indirizzo 50epiu.mi@50epiu.it

Verifica dei like ricevuti: 13 ottobre (ore 11)

Da Regione Lombardia e Camere di commercio lombarde 13 milioni e 560 mila euro.
Domande fino al 12 novembre

"FaiCredito Rilancio": finanziamenti per abbattere il tasso d'interesse

Da Regione Lombardia e Camere di Commercio lombarde 13 milioni e 560.000 euro per le micro, piccole e medie imprese lombarde con la misura "FaiCredito Rilancio" finalizzata a migliorare le condizioni di accesso al credito da parte delle mpmi intervenendo con contributi a fondo perduto per l'abbattimento tassi sia su finanziamenti per la liquidità, sia su finanziamenti per investimenti.



CHI PUÒ BENEFICIARNE - Possono beneficiare di "FaiCredito Rilancio" le micro, piccole e medie imprese di tutti i settori economici che hanno sede operativa e/o legale in Lombardia e che stipulino un contratto di finanziamento con una banca e/o un confidi di un importo minimo di 10.000 euro.

IL FINANZIAMENTO - E' agevolabile nei limiti di 150.000 euro e per una durata da 12 a 72 mesi (compreso un preammortamento di 24 mesi). Sono ammissibili al contributo in conto interessi i contratti di finanziamento stipulati a decorrere dall'1 gennaio 2021.

CARATTERISTICHE DELL'AGEVOLAZIONE A FONDO PERDUTO - Il sistema camerale lombardo e Regione Lombardia intervengono per l'abbattimento degli interessi fino al 3% (Taeg) e il contributo massimo è di 10.000 euro. E' riconosciuta una copertura del 50%

dei costi di garanzia fino ad un valore massimo di 1.000 euro.

COME PARTECIPARE - Le domande di contributo possono essere presentate fino al 12 novembre, direttamente dall'impresa o attraverso un confidi (rivolgersi a Fidicom). Il bando completo di moduli

e le informazioni dettagliate sono pubblicate sul sito di Unioncamere Lombardia www.unioncamerelombardia.it.



“Tavolo della Moda”: da sinistra il viceministro dello Sviluppo Economico Gilberto Pichetto Fratin con il presidente di Assomoda Maurizio Governa

Con il presidente Maurizio Governa e il consigliere Antonio Papa, Assomoda (l'Associazione italiana degli agenti e distributori della moda e dello sport) ha partecipato al “Tavolo della Moda” convocato dal Ministero dello Sviluppo Economico in qualità di unica rappresentante degli agenti di moda. Nel suo intervento il presidente Governa ha evidenziato il valore aggiunto degli agenti di moda: nella filiera della moda e per l'economia. E ha sottolineato come gli agenti di moda siano imprenditori che, per operare, hanno la necessità di importanti investimenti: dalla vettura allo show room; dai campionari, quasi sempre da acquistare, a strumenti informatici ormai indispensabili per l'attività. Costi rilevanti compensati da entrate provvigionali che, però, vengono riconosciute solo dopo che gli ordini sono stati consegnati e dopo che i clienti hanno pagato. Quindi, circa a distanza di quasi un anno. Al viceministro Gilberto Pichetto Fratin Governa ha anche ricordato la grave emorragia che la categoria ha subito per la pandemia con un calo di fatturato provvigionale del 25% e una chiusura dell'11%, a livello nazionale, degli showroom di moda. Considerando che l'imprenditoria italiana è rappresentata per il 98% da aziende sotto i 20 addetti, la figura degli agenti – rimarca Assomoda - diventa sempre più importante perché l'agente grava all'azienda solo se

Incontro convocato dal Ministero dello Sviluppo Economico

Agenti di moda: Assomoda al “Tavolo della Moda” del Governo

vende e se il cliente paga. Un apporto indispensabile

per le piccole medie imprese che hanno bisogno di sviluppare la distribuzione dei prodotti/collezioni. Al “Tavolo della Moda” il presidente Governa ha anche rilevato l'importanza dei sostegni, ma soprattutto la necessità di una maggiore conside-



ASSOMODA

Associazione italiana degli agenti e distributori della moda e dello sport

razione della categoria, talvolta trascurata dalle Istituzioni. Alla Segreteria del Ministero dello Sviluppo Economico i rappresentanti di Assomoda, al termine dei lavori, hanno consegnato un documento con le richieste specifiche dell'Associazione.

Assomoda partner di Hoas nuovo evento moda al Lingotto di Torino dal 25 al 28 novembre incentrato su green e sostenibilità

Assomoda ha dato il suo patrocinio a Hoas, l'evento che si terrà al Lingotto di Torino dal 25 al 28 novembre, incentrato sul tema del green e della sostenibilità ambientale e sociale. Assomoda vuole trasmettere con il patrocinio ad Hoas il messaggio di sostegno a una moda più responsabile: con il suo network di oltre 800 showroom associate, in occasione dell'evento torinese coinvolgerà anche il gruppo di brand emergenti che, da alcuni anni, è attivo nell'ambito dell'associazione con la sigla DEA (Designer Emergenti Associati). I brand emergenti, infatti, potranno partecipare e sfilare durante le giornate di Hoas e, nelle serate di gala, accanto ad alcuni marchi affermati. Per i brand che fanno riferimento ad agenti e distributori associati ad Assomoda e per le aziende associate sono previste condizioni di particolare vantaggio (contattare la segreteria di Assomoda: 027750363).



◀ **Il nuovo Consiglio Direttivo della Confcommercio territoriale dell'Adda Milanese con il presidente Legnani (terzo da destra) e sotto una foto dell'Assemblea che lo ha eletto**

Il presidente della Confcommercio territoriale dell'Adda Milanese Giuseppe Legnani (a sinistra in primo piano) con i tre segretari che si sono succeduti nell'Associazione: da sinistra Giordano Legnani, Claudio Caraffini e l'attuale segretario Flavio Riboli



Confcommercio territoriale dell'Adda Milanese Giuseppe Legnani riconfermato presidente

Giuseppe Legnani è stato riconfermato per il prossimo quinquennio presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio dell'Adda Milanese. Alla vicepresidenza conferma per Giuseppe Pezzi (vicario) con il nuovo vicepresidente Fabio Fumagalli. Legnani è stato votato dal rinnovato Consiglio Direttivo dell'Associazione rieletto nell'assemblea della Confcommercio territoriale dell'Adda Milanese svoltasi presso l'auditorium

della Biblioteca Comunale di Vaprio d'Adda (all'assemblea hanno partecipato il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo e il segretario generale Marco Barbieri).

Con il presidente Legnani e i vicepresidenti Pezzi e Fumagalli fanno parte del nuovo Consiglio Direttivo della Confcommercio territoriale dell'Adda Milanese: Daniela Brambilla Tornaghi, Cesare Carminati, Annalisa Ciceri, Ilaria Colombo, Andrea Franceschini, Luca Galli, Maristella Mapelli, Mauro Mauri, Mariella Villa.

TRADIZIONE

PASSIONE

INNOVAZIONE

Leader nel settore luminarie ed impianti elettrici da tre generazioni offre ai propri clienti esperienza e professionalità per soddisfare ogni esigenza

SOLUZIONI PER I TUOI EVENTI

La nostra esperienza al vostro servizio per realizzare le vostre idee.



LUMINARIE E PROIEZIONI

- **LUMINARIE E PROIEZIONI**
 - COMUNI
 - PRIVATI
 - NEGOZI
 - CENTRI COMMERCIALI
 - FESTE PATRONALI
 - SOGGETTI PERSONALIZZATI



ALLESTIMENTI

- **INSTALLAZIONE**
 - ALLESTIMENTI URBANI
 - FARI PER ILLUMINAZIONE
 - STRISCIONI
 - SCENOGRAFIE LUMINOSE
 - LUCI ARCHITETTURALI
- **LAVORI CON PIATTAFORMA AEREA**



IMPIANTI PER MANIFESTAZIONI

- **IMPIANTI TEMPORANEI**
 - FIERE
 - MERCATI
 - STREET FOOD
 - EVENTI
- **IMPIANTI CIVILI ED INDUSTRIALI**



