

Lavoro: mettere le imprese nelle condizioni di assumere

Il presidente
di Confcommercio
Carlo Sangalli
con il ministro
del Lavoro e delle
politiche sociali
Enrico Giovannini



Confcommercio Milano,
Lodi, Monza Brianza
(Capac-Scuola Superiore)

Le iniziative di
formazione finanziata
per gli imprenditori



Emendamento rinvia al 30 giugno l'obbligo di accettare pagamenti con le carte di debito

CONFCOMMERCIO CARD.
ESSERE SOCI HA TANTI VANTAGGI. PORTALI SEMPRE CON TE.



CHIEDILA SUBITO ALLA TUA ASSOCIAZIONE.

Per informazioni: **02.7750362**

marketing@unione.milano.it - www.unionemilano.it

I PRIVILEGI DELLA TUA TESSERA SOCIO, LA COMODITÀ DI UNA CARTA DI CREDITO.

- Tessera Associativa e carta di credito in un'unica Card.
- Addebitabile su qualsiasi banca.
- Disponibilità flessibile a partire da 1.600 euro al mese.
- Addebito mensile dopo 35 giorni dall'invio della lettera di addebito con un risparmio medio di 50 giorni di valuta.
- Canone annuo di 20 euro, gratis al superamento di 1.000 euro di spesa annua.
- Zero commissioni per rifornimento carburante.
- Commissioni di prelievo contante dimezzate.
- Pacchetto assicurativo dedicato.
- Progettata con ABCapital, realizzata da Deutsche Bank, utilizzabile negli esercizi commerciali che espongono il marchio MasterCard: oltre 32 milioni in tutto il mondo.
- In esclusiva per le imprese associate.
- Valida per accedere a sconti e convenzioni del Sistema Confcommercio.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Partner finanziari Confcommercio Card:



Apprendistato, flessibilità Consentire alle imprese di assumere

Con il protrarsi della crisi e le forti difficoltà presenti nel mercato del lavoro – soprattutto per i livelli record della disoccupazione, e di quella giovanile in particolare – il Paese ha bisogno di vedere finalmente quei provvedimenti indispensabili affinché questo 2014 possa essere un anno di ripresa. Per questo oggi più che mai continuiamo a sostenere con fermezza che la sfida da cogliere e vincere è quella di mettere al centro dell'azione di governo l'impresa e il lavoro. Meno costi sul lavoro, più investimenti sul funzionamento dei servizi al lavoro.

Sono questi i temi che vanno ancora affrontati per rafforzare il mercato del lavoro, anche sull'apprendistato. Dal rapporto che, di recente, ha presentato Confcommercio (vedi pag.3 n.d.r.) sono emerse varie considerazioni. Ne cito alcune: l'apprendistato è uno strumento con potenzialità più grandi rispetto all'utilizzo che ne viene fatto; si tratta di un investimento reciproco tra azienda e lavoratore che non è certo aiutato dall'introduzione di nuovi vincoli; occorre semplificare ulteriormente le regole per attivarlo e per gestirlo; senza avventurarsi, però, in una nuova complicata riforma. Ed occorre evitare di appesantirlo con costi crescenti che già deprimono l'occupazione in generale. Sono richieste che rientrano nell'ottica di una ragionevole, semplice, poco

invasiva manutenzione dello strumento. Abbiamo voluto predisporre un rapporto sull'apprendistato per fare emergere dai numeri quello che le nostre imprese ci rappresentano tutti i giorni: ovvero che le continue riforme sul lavoro non aiutano le imprese e non aiutano l'occupazione.



L'obiettivo principale che dobbiamo porci è consentire alle imprese di assumere.

L'apprendistato, un contratto a parole apprezzato da tutti, sta ancora faticando a farsi strada, al netto della crisi; nonostante i dati dimostrino un grande potenziale e nonostante il terziario sia uno dei settori più attivi nel suo utilizzo, le aziende faticano

a seguirne le continue modifiche. Le imprese italiane, le nostre imprese - quelle dei servizi di mercato, che valgono oggi più del 40% del Pil e dell'occupazione - esprimono da anni l'esigenza di una flessibilità connaturata alle loro attività e alla grande capacità di dinamismo che da sempre le caratterizza.

Abbiamo, infatti, sempre sostenuto la necessità di una pluralità di strumenti, sia per rispondere alle specifiche esigenze delle imprese dei diversi settori economici, in particolare quelle dei servizi e del terziario di mercato, sia per favorire tutte le opportunità di impiego non appena si presentano sul mercato. E' arrivato anche il momento di mettere mano seriamente ad una riforma dei servizi pubblici per il lavoro ridisegnando quelle politiche attive che devono sostenere l'occupazione, anche quella flessibile.

Ci auguriamo, pertanto, che un contributo concreto come quello che abbiamo inteso dare con questo rapporto e con le nostre proposte sul lavoro, venga accolto con attenzione. Non possiamo dimenticare mai che il lavoro non si crea per legge, ma realizzando condizioni favorevoli alla crescita e alla ripresa dell'economia. E mettendo le imprese in condizione di avere strumenti coerenti con quello sviluppo, anche occupazionale, che tutti auspichiamo.

CARLO SANGALLI

Presidente di Unione Confcommercio
Milano, Lodi, Monza e Brianza



Unioneinforma - febbraio 2014 - n. 2 - anno 20 (questo numero è stato ultimato il 4 febbraio)



Pellegrini Card è una divisione della Pellegrini spa, Società leader da 49 anni nel campo della ristorazione e dei servizi alle aziende.

Grazie all'accordo fra **Pellegrini Card** e **Unione Confcommercio** tutte le imprese e i liberi professionisti associati, possono usufruire di condizioni interessanti per l'acquisto di Buoni Pasto col vantaggio di offrire una soluzione flessibile per il pranzo in uno degli oltre 55.000 esercizi convenzionati (bar, ristoranti, pizzerie, gastronomie, market).

Fai un ordine, avrai 20 buoni pasto da € 5,00 in omaggio!*

I servizi per te

Sconto del 8% sul valore facciale del buono pasto

LogoXte: il tuo logo a colori sul fronte del buono **gratis**

SpazioXte: il retro del tuo buono è personalizzabile con una comunicazione o pubblicità destinata ai tuoi dipendenti, che ti offriamo a **titolo gratuito**

Il buono davvero tuo!



Novità

Ordini OnLine: in piena autonomia sul nostro sito web

Pagamenti: su misura anche con carta di credito

Portabuoni personalizzato

Spese di spedizione gratuite: se ordini entro il 30/06/2014 facendo riferimento all'accordo tra Pellegrini e Confcommercio e indicando il tuo numero di tessera

Contatti

Per ricevere un preventivo su misura per te:
Pellegrini spa - Divisione Buoni Pasto
02.89130.519 - 02.89130.523
sviluppo.card@gruppopellegrini.it

Consulta i nostri siti:
www.pellegrinicard.it
www.buonipastopellegrini.it
ecard.pellegrinicard.it



Rapporto sul mercato del lavoro

responsabile dell'Ufficio studi di Confcommercio, Mariano Bella - e bisognerebbe migliorarne la fruibilità spostando verso l'alto gli avviamenti". Dal 2005 al 2012, a prescindere dai fenomeni recessivi, "la quota delle trasformazioni in conferme - sottolinea il Rapporto - è sostanzialmente crescente. Per questo bisogna fare in modo di accelerare il ritmo di questo fenomeno". Lo studio presenta inoltre un confronto con il mercato del lavoro tedesco. In Germania l'apprendistato

"crea occupazione in misura notevolmente superiore" che in Italia. "Il rapporto fra apprendisti nei due Paesi è vicino a 3. Dunque, la

Germania dispone di strumenti specifici per creare occupazione in particolari segmenti dell'offerta di lavoro". Secondo Confcommercio, infine, la flessibilità del mercato del lavoro scongiura il pericolo di eccessiva disoccupazione. Dal confronto a livello europeo emerge, anche, come la flessibilità avvicini lavoratori e imprese.

Confcommercio ha presentato il "Rapporto annuale sul mercato del lavoro", dedicato all'apprendistato. Ogni mese il bacino di apprendisti porta alla conferma di 3mila contratti a tempo indeterminato. Nel terziario di mercato, su 100 cessazioni ci sono 52 conferme di apprendisti. Nel 2012 gli apprendisti nel settore ammontavano a 224 mila; il rapporto fra apprendisti e dipendenti

Confcommercio: apprendistato strumento che funziona

nella fascia di età 15-39 anni è nel commercio pari al 10,2%. In Italia la percentuale è del 7,9%, con forti differenze tra Nord, Centro (8,6%) e Sud (5,7%). La stima di Confcommercio è che, a consuntivo dati 2013, gli apprendisti nel terziario di mercato salgano a 230 mila. "Disponiamo di uno strumento che funziona - ha commentato il



Con la Legge di stabilità triplicato a quota 4,6 miliardi l'aggravio di imposizione nel triennio 2014-2016. Intanto negli ultimi 6 anni il reddito pro capite si è ridotto del 13% e nel 2012 i consumi sono scesi del 4,2%. A questa sintesi è giunto l'Ufficio Studi di Confcommercio nell'analizzare i principali dati macroeconomici (Bankitalia, Istat e Cer) che si proiettano nel periodo 2014/2016. Nel periodo 2014-2016 l'aumento di imposizione per le maggiori entrate previsto dalla versione finale della Legge di stabilità sale complessivamente ad oltre 4,6 miliardi, rispetto agli iniziali 1,6 miliardi del disegno di legge

Analisi dell'Ufficio studi Confcommercio sui principali dati macroeconomici



Triplicato a +4,6 miliardi l'aggravio dell'imposizione nel triennio 2014-2016
Ma redditi e consumi non salgono

originario. Solo per il 2014, da una previsione iniziale di maggiori entrate pari a 973 milioni, si è arrivati ad oltre 2,1 miliardi, con un incremento di quasi il 120%, mentre per il 2015 si passa addirittura da una previsione di riduzione del

Legge di stabilità all'insegna del fisco

carico impositivo (-496 milioni) ad un aggravio di 639 milioni. A fronte di questi aumenti, le famiglie sono sempre più povere (negli ultimi 6 anni il reddito pro capite si è ridotto del 13% e sono andati persi 18mila euro a testa di ricchezza) e i consumi sono drammaticamente fermi (-4,2% nel 2012).

Questi numeri confermano la tendenza di far quadrare i conti pubblici attraverso la leva fiscale "invece di attuare quelle riforme indispensabili per sostenere famiglie e imprese e far ripartire l'economia".



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

*Confcommercio Lombardia
con Rete Imprese Italia
Lombardia: richieste
programmatiche
per la competitività
nell'ambito dell'Accordo
di programma 2014
(Regione-sistema
camerale)*

*"Squadra" lombarda
di Confcommercio:
il vicepresidente vicario
Renato Borghi
con il presidente
Carlo Sangalli*



Lombardia: l'occasione di Expo per il sostegno alle imprese

Definizione delle iniziative sull'Accordo di programma 2014 (Regione Lombardia-Camere commercio) per "Sviluppo economico e competitività del sistema lombardo": Confcommercio Lombardia, con Rete Imprese Italia lombarda, ha presentato in Regione un documento di richieste programmatiche. Il documento - spiega Renato Borghi, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia - assegna ad Expo 2015 un ruolo centrale e trasversale lungo tutti gli assi di intervento. Vengono previsti interventi per la sicurezza delle imprese, per la lotta alla contraffazione, per l'innovazione delle imprese del commercio, la promozione del comparto turistico nonché interventi per sostenere la logistica delle merci in ambito urbano.



Pur consapevoli di essere in un contesto di scarsità di risorse abbiamo evi-



denziato, rileva Borghi, l'urgenza di integrare le risorse derivanti dalla Programmazione Com-



unitaria e di attivare sinergie con strumenti non soggetti al regime del Patto di Stabilità. Nell'attuazione del Piano

d'azione - afferma Borghi - confermiamo la nostra convinzione che per rilanciare il protagonismo delle micro e piccole imprese lombarde sia necessario intervenire su alcuni ambiti strategici, per noi prioritari: favorire l'accesso al credito; incentivare i processi di innovazione ed internazionalizzazione, anche sostenendo le aggregazioni d'impresa, quale strumento di crescita competitiva e occupazionale; sostenere e promuovere i fattori di attrattività dei territori; dare piena attuazione alla semplificazione amministrativa.

Coerentemente con le priorità proposte, abbiamo confermato - prosegue il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia - l'esigenza di favorire una concentrazione delle risorse su linee prioritarie, anche attraverso azioni di sistema ed attivando interventi trasversali, ma differenziati a seconda della tipologia di impresa e delle relative capacità di investimento. Un modello d'intervento - sostiene Borghi - che non può prescindere dall'adozione di un sistema di monitoraggio e valutazione, che consenta di analizzare l'impatto delle singole misure.



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

www.unionemilano.it



Formazione finanziata per le imprese

Le iniziative del Catalogo 2014

Corsi di formazione finanziati per le imprese organizzati dalle strutture formative che fanno riferimento a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: Capac Politecnico del Commercio e Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni. Le iniziative sono realizzate con la collaborazione delle Direzione Formazione e Studi della Confcommercio milanese (tel. 027750677-688 email formazione@unione.milano.it) e alcune associazioni di categoria e territoriali. Info direttamente anche presso le associazioni coinvolte.

In queste pagine pubblichiamo le varie iniziative che si possono approfondire sul sito di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza www.unionemilano.it (area formazione).

Due sono i progetti di formazione finanziata dalla Provincia di Milano gra-

zie alla legge 236/93 che prevedono sia corsi riservati a un'unica azienda, sia corsi rivolti a più aziende. I destinatari dell'intervento sono imprenditori e collaboratori di imprese in provincia di Milano.

Nell'ambito dell'Avviso Regionale Lombardia Plus sono stati presentati due progetti (uno già esauri-



Con Capac Politecnico del Commercio, Scuola Superiore e associazioni di categoria e territoriali

to): la Scuola Superiore realizza, in collaborazione con Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict) il progetto "L'innovazione nel settore It: nuove competenze per nuovi

profili" che prevede la frequenza obbligatoria fuori dall'orario di lavoro (serale - a partire dalle 19 - e/o il sabato mattina) e ha come destinatari giovani occupati fino a 35 anni che intendano migliorare le proprie competenze tecnico professionali. Anche nell'area di Monza e Brianza la Scuola Superiore ha ottenuto, grazie alla collaborazione delle associazioni territo-



Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni

riali Unione Confcommercio, un contributo della Camera di Commercio. Vengono proposti percorsi formativi indirizzati a imprenditori, collaboratori, dipendenti (e professionisti).

Corsi di formazione finanziati dalla legge 236/93 (Provincia di Milano)

L'Avviso 2013 per la realizzazione di percorsi di formazione professionale (legge 236/93) finanzia interventi formativi finalizzati a qualificare, aggiornare e adeguare le competenze professionali dei lavoratori e degli imprenditori delle imprese con sede legale/operativa in provincia di Milano. Sono previsti sia corsi riservati a un'unica azienda, sia corsi rivolti a più aziende. Ogni impresa può partecipare anche a più corsi purché riferiti a un unico Progetto; cioè solo corsi proposti dal Capac Politecnico del Commercio o solo corsi proposti dalla Scuola Superiore (vedi di seguito). La partecipazione è riservata prioritariamente ai soci delle Associazioni proponenti (vedi di seguito). I soci di altre

associazioni potranno partecipare dopo la verifica della disponibilità di posti.

Destinatari: lavoratrici e lavoratori di imprese private (compresi i dirigenti, i collaboratori a progetto, gli apprendisti - per formazione aggiuntiva a quella prevista dalla normativa - i lavoratori con contratto di lavoro a tempo parziale, intermittente o ripartito e i soci-lavoratori di cooperative); titolari e socie/soci di imprese di qualsiasi

dimensione iscritte alla Camera di

Commercio, anche senza dipendenti; collaboratori o coadiuvanti dell'imprenditore (coniuge, parenti entro il terzo grado, affini entro il secondo) che prestano in modo continuativo la propria attività di lavoro nell'impresa familiare; coadiuvanti delle imprese commerciali e soci lavoratori di imprese.

Tipologia degli interventi formativi: formazione continua, specializzazione, percorsi abilitanti

Progetto Capac Politecnico del Commercio

AssiCC (Associazione italiana commercio chimico)

Aprile: "Come presentare efficacemente in pubblico" e "Comunicazione, negoziazione e gestione del conflitto".

Maggio: "Come coordinare e motivare i collaboratori" e "Il segreto del carisma e la leadership".

Sede dei corsi: Capac - viale Murillo 17 - Milano

Assonidi (Associazione asili nido e scuole dell'infanzia privati)

(Vedi *Unioneinforma* di gennaio a pag. 25. n.d.r.)

Assotecnica (Associazione commercio articoli tecnici industriali)

17-24 marzo: "La leadership" (ore 9-18,

docente: Angelo Della Vedova)
Obiettivi: il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le competenze per valorizzare il proprio stile di leadership e la capacità di valutare e migliorare le proprie abilità nel



comunicare, nel negoziare, nel motivare e nel saper risolvere situazioni problematiche assumendo decisioni.

Contenuti. Le nostre relazioni: chi siamo, la nostra immagine, l'equilibrio; il leader: quando lo si diventa, quando lo si è, la consapevolezza del ruolo, differenze tra il leader ed il capo; adattare lo stile di leadership agli interlocutori e alla situazione; esprimere la leadership attraverso la comunicazione verbale e non verbale e attraverso i comportamenti; la leadership: modelli di leadership, carisma, capitano non giocatore; trainer, i modelli applicati alla vita aziendale; strumenti di lavoro che esprimono e supportano l'esercizio della leadership; efficienza ed efficacia della leadership: la capacità di nego-

ziare del leader, gli strumenti operativi, la gestione della crisi, la resistenza allo stress, la capacità di adattamento, la negoziazione cooperativa, la delega.

Sede dei corsi: Capac - Viale Murillo 17 - Milano

FIMAA Mi M&B (agenti immobiliari e d'intermediazione)

Home staging - La rivoluzione digitale nel lavoro e nella vita personale - Focus su internet per il mercato immobiliare (Durata: 8 ore)

I social media nella creazione di reti di contatti, Facebook, LinkedIn, Twitter - esempi pratici

Sede dei corsi: Capac - Viale Murillo 17 - Milano

segue a pag. 9

UNIONE CONFCOMMERCIO: GLI STRUMENTI GIUSTI PER PRENDERTI CURA DELLA TUA ATTIVITÀ



PER MANTENERE EFFICIENTE LA TUA AZIENDA
E SFRUTTARE OGNI OPPORTUNITÀ

140 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI

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

RITIRA LA TESSERA 2014 PRESSO LA TUA ASSOCIAZIONE

segue da pag.7

Progetto Scuola Superiore

Asseprim

26 marzo e 3 aprile - **Personal branding online e public speaking** (Durata: 16 ore – docenti: Luigi Centenaro, Claudio Belotti)

Obiettivi specifici dell'azione formativa:

fare Personal Branding significa identificare e comunicare in maniera congruente il motivo per cui qualcuno dovrebbe sceglierci per un'opportunità, ma anche seguirci su Twitter o chiederci un contatto su LinkedIn. In un contesto competitivo e caotico è necessario diventare un segnale significativo, capace di emergere sul rumore generale e in grado di trasmettere rapidamente una promessa di valore unica per un pubblico composto da clienti, fornitori e opinion leader. Internet e in particolare i social media sono la carica del Personal Branding e lo hanno rivoluzionato profondamente. Durante la prima parte del corso verranno anche spiegate storie, tattiche e strumenti sfruttati da coloro che hanno utilizzato la Rete per avere successo, offrendo un'immagine consistente e utilizzando in maniera strategica la rete. La seconda giornata prevede un workshop sul public speaking. Parlare in pubblico efficacemente è uno dei modi più efficaci di promuovere la propria visibilità (sia davanti a grandi audience sia nel caso di piccole riunioni). Cosa hanno in comune le persone che hanno una comunicazione in pubblico straordinaria? Gli esperti hanno identificato gli strumenti più importanti che saranno condivisi nella seconda giornata. L'obiettivo non è diventare dei cloni dei grandi presentatori, bensì esprimere al meglio il proprio brand anche nel public speaking.

Contenuti e modalità di realizzazione dell'azione formativa. Prima giornata: come identifico la ragione per cui mi devono scegliere; come mi differenzio in maniera rilevante; come offro un'imma-



gine consistente e congruente offline e sui social media; quali tattiche

che posso utilizzare per attrarre nuove opportunità online; come fare ad usare LinkedIn in maniera efficace; come monitorare la propria reputazione online; come gestire la privacy.

Seconda giornata: come gestire l'aula; come suddividere i contenuti di una presentazione; come governare le emozioni; come essere convincente utilizzando il proprio stile personale; come utilizzare una linguistica appropriata e incisiva; come fare a gestire eventuali obiezioni e

disturbi elegantemente; saper coinvolgere e comunicare in pubblico in modo efficace; come organizzare il messaggio per avere un impatto maggiore; utilizzare i mezzi al massimo; il metodo AM/PM (Audience, Message, Presenter e Media)

Sede dei corsi: Scuola Superiore - viale Murillo 17 - Milano

8 e 15 aprile - **Web 2.0 e comunicazione non convenzionale** (ore 9-18 - docente: Roberto Fuso Nerini)

Obiettivi specifici dell'azione formativa: il corso si propone di fornire alle imprese dei servizi gli strumenti analitici ed operativi per cogliere le diverse opportunità offerte dalla diffusione dei social network, vale a dire i siti web che mettono a disposizione degli utenti spazi online per ritrovarsi, socializzare, scambiarsi opinioni ed informazioni. Saranno inoltre analizzati i principali strumenti di comuni-

cazione non convenzionali, sia online sia offline, attivabili attraverso le social community.

Contenuti e modalità di realizzazione

dell'azione formativa: dal Web 1.0 al Web 2.0: i blog e le comunità virtuali; le comunità di apprendimento, di progettazione, di produzione, di marca, di e-commerce; le comunità virtuali, il consumer generated marketing e il marketing aziendale; la comunicazione non convenzionale: Buzz Marketing, Viral Marketing e Guerrilla Marketing; dalle ricerche di mercato al Customer Relationship Management fino alla valorizzazione del brand; la gestione della reputazione online; il social e-commerce come opportunità per completare la proposizione di valore dell'e-commerce: socialità, concretezza, fiducia, effetti di rete.

Sede dei corsi: Scuola Superiore - viale Murillo 17 - Milano

6 e 13 maggio - **Facebook e i social media: come utilizzarli per la pubblicità e le vendite**

(ore 9-18 - Docente: Daniela Cerquetti)

Obiettivi specifici dell'azione formativa: obiettivo del corso è comprendere il fenomeno dei principali social



network al di là del facile sensazionalismo dei mezzi di comunicazione, imparando ad utilizzarli strategicamen-

te e a pianificare una presenza sui social media e su Facebook per aumentare la visibilità, conquistare nuovi clienti e fidelizzare quelli già acquisiti.

Contenuti e modalità di realizzazione

dell'azione formativa: la presenza su Facebook e i social media; come e perché attivare una pagina Facebook; intercettare ed acquisire potenziali clienti; portare clienti alla propria attività e diffondere promozioni; monitorare i risultati della propria attività; breve panoramica dei principali social media.

Sede dei corsi: Scuola Superiore - viale Murillo 17 - Milano

segue a pag. 10

Corsi Lombardia Plus (Regione Lombardia)

segue da pag. 9

Nell'ambito dell'Avviso Regionale Lombardia Plus sono stati presentati progetti dalla Scuola Superiore e dal

Capac Politecnico del Commercio (per l'iniziativa Capac con Assorologi posti già esauriti n.d.r.)

L'innovazione nel settore It: nuove competenze per nuovi profili

Obiettivo del progetto della Scuola Superiore, realizzato in collaborazione con **Assintel** (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict), è - al di fuori dell'orario di lavoro - di offrire ai giovani (fino a 35 anni) che già lavorano nel settore It, la possibilità di frequentare percorsi specialistici che permetteranno di sviluppare le loro competenze tecniche acquisendo un doppio vantaggio: da un lato avranno l'opportunità di dare evidenza alla propria professionalità nell'azienda in cui sono già occupati; dall'altra arricchire il loro curriculum vitae sia in termini di formazione specialistica sia di competenze certificate migliorando

la loro spendibilità nel mercato del lavoro. Il progetto si compone di un catalogo d'offerta formativa composto da diversi moduli che fanno riferimento a tre aree specifiche: Area Security; Area Mobile; Area Web Developer. I moduli possono essere fruiti in maniera indipendente - sulla base del livello di conoscenze dei partecipanti, della



loro disponibilità di tempo e degli obiettivi personali - oppure potranno venire abbinati tra di essi per costruire percorsi completi che possono far accedere il partecipante agli specifici esami di certificazione previsti dal mercato It.

Segnaliamo i corsi, nel momento in cui si scrive, disponibili. Ma, consultando l'area formazione del sito della Confcommercio milanese, vi è sempre la possibilità di verificare anche i temi di quelli già esauriti, segnalare l'interesse ed essere informati per eventuali riprese.

Formazione per Monza e Brianza

I corsi, finanziati dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza e realizzati dalla Scuola Superiore con la collaborazione delle Associazioni Unione Confcommercio del territorio (Monza, Desio, Seveso, Seregno, Vimercate) si inquadrano nel progetto "Il commercio di Monza e Brianza tra vendita tradizionale e mondo digitale alla sfida dell'Expo 2015". Ai corsi possono partecipare: imprenditori, dipendenti, collaboratori, professionisti. La partecipazione è riservata alle imprese della Provincia di Monza e Brianza. Segnaliamo, di questo programma, le iniziative raggiungibili nel momento in cui si scrive.

L'utilizzo della vetrina come strumento di promozione e di fidelizzazione. Date: 10,17,24,31 marzo. Orario: 9-13. Obiettivo: rendere la vetrina del proprio negozio uno strumento efficace di promozione e di vendita. Contenuti: il messaggio pubblicitario attraverso la vetrina: psicologia, luce, colore, composizione; come catturare l'attenzione del passante; la vetrina come biglietto da visita del negozio; il

rapporto tra immagine trasmessa della vetrina e target cliente; le diverse tecniche espositive applicate alle varie tipologie merceologiche; come esporre le merci all'interno del punto vendita.



Il web per comunicare con la pubblica amministrazione. Data: 3 marzo. Orario: 9-13. Obiettivo: fornire informazioni necessarie per comprendere al meglio il mondo della pubblica amministrazione, che oggi comunica sempre più con i cittadini attraverso internet. Come utilizzare al meglio le nuove tecnologie. Contenuti: posta elettronica certificata: cos'è e a

cosa serve; firma digitale: cos'è e

come e quando si può usare; sito Inps: come registrarsi; come consultare il sistema pensionistico; gestione cassetto previdenziale artigiani e commercianti; comunicazioni telematiche.

Come comunicare e promuovere la propria attività con il cliente straniero. Date: 7 e 14 aprile. Orario: 9-13. Obiettivo: fornire una panoramica sulle opportunità e le criticità connesse all'individuazione di nuove occasioni di business con clienti stranieri. In particolare verranno approfondite le strategie legate all'utilizzo del web per espandere la propria attività sui mercati esteri. Contenuti: analisi dei principali mercati internazionali; lo stato dell'e-commerce; le strategie di web marketing per essere competitivi; personalizzare la propria offerta web sul mercato di riferimento.

Le caratteristiche dei clienti del Medio Oriente. Data: 5 maggio. Orario: 9-13. Obiettivo: definire come avvicinarsi a questo mercato e conoscerne le carat-

Area Security

Network Infrastructure Administrator (durata: 40 ore). Questo corso vuole trasmettere agli allievi le conoscenze e le competenze per configurare una infrastruttura di rete ed affrontare le relative problematiche di troubleshooting. Gli allievi impareranno a configurare e implementare un accesso sicuro alla rete e a implementare tecnologie di storage fault-tolerant. Inoltre apprenderanno le tecnologie di rete maggiormente utilizzate con Windows Server 2008 e con reti IP-enabled e acquisiranno le conoscenze e le competenze necessarie per progettare e gestire una infrastruttura a chiave pubblica allo scopo di supportare applicazioni che richiedono protezione distribuita.

Network Security Specialist (durata: 72 ore). Il corso affronta i rischi di sicurezza



za in rete, dall'autenticazione tramite password ai pericoli di hacking e cracking. In particolare si analizzeranno gli strumenti per rinforzare la sicurezza Internet e si affronteranno i principali rischi di sicurezza per un client in rete e le contromisure necessarie ad affrontare tali criticità. Inoltre verranno fornite le conoscenze e gli strumenti per poter gestire un sistema telefonico Voice Over Ip. Infine i partecipanti acquisiranno le conoscenze per comprendere le tecnologie wi fi e saper gestire nella pratica le problematiche di connessione e configurazione di apparati in tecnologia radio.

Security e Ethical Hacking (durata: 48 ore). Lo scopo del corso è chiarire i potenziali rischi insiti nell'uso di strumenti informatici. A questo scopo verrà illustrata una serie di "best practices" che dovrebbero essere utilizzate per un uso aziendale consapevole delle risorse informatiche. Inoltre i partecipanti saranno in grado di identificare, e comprendere gli attacchi informatici volti verso le più comuni e conosciute piattaforme sistemiche e le più comuni infrastrutture di rete (e di replicare ad essi).

I corsi sono propedeutici al conseguimento delle seguenti certificazioni: Microsoft Certified Professional - Windows Server 2008 Network

Infrastructure, Configuring - EC-Council Ethical Hacking and Countermeasures Certificated.

Area Sviluppo Mobile

Sviluppatore di applicazioni per iPhone/iPad (durata: 48 ore). I partecipanti acquisiranno le competenze necessarie a progettazione, sviluppo, distribuzione e manutenzione di applicazioni su dispositivi mobile orientandosi sia verso l'utenza finale sia integrandosi in sistemi aziendali.

Sviluppatore di applicazioni per Windows Phone 8 (durata: 40 ore). I partecipanti acquisiranno le competenze necessarie a

progettazione, sviluppo, distribuzione e manutenzione applicazioni su dispositivi mobile orientandosi sia verso l'utenza finale sia integrandosi in sistemi aziendali. Windows Phone 8 è una nuova piattaforma che punta verso le moderne interfacce touch ed offre un nuovo ed interessante paradigma in chiave di usabilità.

Area Web Developer

Web Designer PHP & MySQL (durata: 80 ore). Obiettivo del corso è apprendere ad utilizzare i diversi strumenti per la realizzazione di un sito web dinamico in ambiente Php/MySQL. Alla fine del modulo i partecipanti saranno in grado di progettare e sviluppare autonomamente applicazioni web complesse, pacchetti web completi per la gestione di ogni tipo di contenuto.



Sede dei corsi:

Scuola Superiore - viale Murillo 17 - Milano. Per informazioni e preiscrizioni: Scuola Superiore 02/40305252 - lombar-diaplus@scuolasuperiore.cts.it

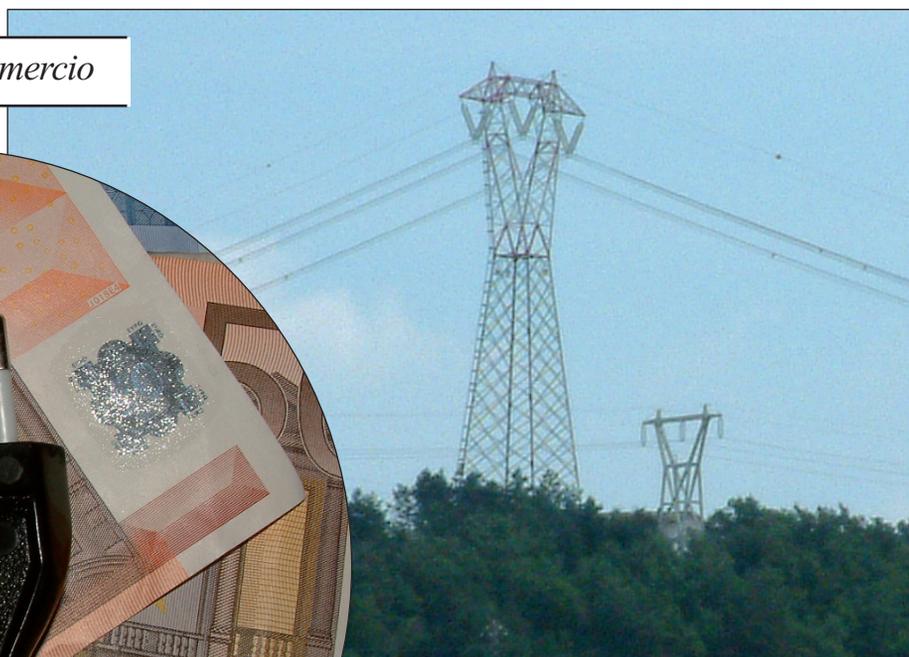
teristiche. Contenuti: quali sono le caratteristiche; capire le esigenze del cliente; cosa dire e cosa non dire.

Le caratteristiche dei clienti del Sud Est Asiatico e della Cina. Data: 12 maggio. Orario: 9-13. Obiettivo: definire come avvicinarsi a questo mercato e conoscerne le caratteristiche. Contenuti: quali sono le caratteristiche; capire le esigenze del cliente; cosa dire e cosa non dire.

Sede dei corsi: Unione Commercianti monzese, via De Amicis, 9 (Monza). Modalità di iscrizione: nell'area formazione del sito [Confcommercio Milano](http://ConfcommercioMilano.it), Lodi, Monza e Brianza www.unionemilano.it, nella parte dedicata ai corsi in Monza Brianza, scaricare e compilare la scheda di iscrizione che si può inviare fax al numero 0392457844 o email a wanda.giglio@unione.milano.it. Le iscrizioni vengono accettate fino ad esaurimento posti.

Per informazioni: Wanda Giglio tel. 039482045 wanda.giglio@unione.milano.it

Sale l'indice ICET di Confindustria



Imprese: cresce il costo dell'elettricità

Dopo l'ultimo aggiornamento delle condizioni economiche da parte dell'Autorità per l'energia elettrica, l'ICET (Indice Costo Elettricità Terziario di Confindustria) salirà del 3,2% per il primo trimestre di questo nuovo anno rispetto allo stesso trimestre del 2013 e dell'1,4% rispetto al trimestre precedente.

L'indice ICET raggiunge così il massimo storico a quota 134,1 contro il precedente record di 133,2 del terzo trimestre 2013. Mantenendo, quindi, ancora ampia la forbice rispetto ai prezzi all'ingrosso della materia prima energia, misurati dall'evoluzione dell'Indice Prezzo Unico Nazionale Terziario (PUN Terziario). Questo è quanto emerge dalla recente periodica rilevazione di Confindustria, in collaborazione con REF Ricerche. Le ragioni



dell'aumento previsto dell'indice ICET nel primo trimestre 2014 risiedono nel significativo incremento delle componenti tariffarie: in particolare degli oneri impropri (parafiscali) cresciuti del +7,2% rispetto al trimestre precedente (percentuale che sale al +17,6% rispetto al primo trimestre 2013), a seguito dell'introduzione, a partire dallo scorso 1° gennaio, della nuova

componente AE, destinata al finanziamento delle agevolazioni sul pagamento degli oneri impropri per le imprese industriali a forte consumo di energia. Gli oneri di sistema rappresentano quasi un terzo del totale della spesa elettrica per le imprese: la componente degli oneri parafiscali e di sistema arriva, infatti, a rappresentare il 29% del costo della fornitura (dal 24,7% del primo trimestre 2013), mentre la componente energia (comprensiva della commercializzazione

al dettaglio) scende al 32,6% (dal 36,4% del primo trimestre 2013).

Pesano in particolare gli oneri impropri parafiscali

La spesa annua per il profilo "Albergo" sale a 60.575 euro (+1.901 euro rispetto al primo trimestre 2013), quella per il profilo "Ristorante" a 9.087 (+288), quella per il profilo "Bar" a 5.439 (+170 euro), quella per il profilo "Dettaglio alimentare" a 18.066 euro (+554), ed infine quella del profilo "Dettaglio non alimentare" a 4671 euro (+150 euro). (SM)

ENTE MUTUO

DI ASSISTENZA
TRA GLI ESERCENTI IL COMMERCIO
DELLA PROVINCIA DI MILANO



ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA



Ente Mutuo:
fedele per tutta la vita



Corso Venezia, 49 – 20121 Milano
E-mail: informazioni@entemuomilano.it
www.entemuomilano.it



Ente Mutuo: chi siamo

Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti. È una Associazione di Mutua Assistenza che 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 ad Unione 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 50 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
- Su misura - offre quattro possibili forme di copertura sanitaria
- Presenta vantaggi fiscali - detraibile dall'IRPEF

Ente Mutuo: i servizi

sono propriamente l'assistenza sanitaria integrativa e/o sostitutiva del Servizio Sanitario Nazionale erogata attraverso le Strutture Sanitarie convenzionate e non convenzionate. Tale assistenza comprende:

- Visite Specialistiche ed Esami Diagnostici in Forma Diretta
- Visite Specialistiche ed Esami Diagnostici in Forma Indiretta
- Ricoveri in Forma Diretta
- Ricoveri in Forma Indiretta
- Ricoveri in Forma Indiretta
- Prestazioni odontoiatriche, Terapia fisica
- Ticket ed altri Contributi

secondo quanto previsto dalla Forma di Assistenza prescelta, come da Regolamento Ente Mutuo.

Ente Mutuo: i numeri

- Opera da oltre 50 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

Informazioni, iscrizioni, contributi • Emissione delle autorizzazioni • Rimborsi per assistenza ospedaliera
Rimborsi per assistenza specialistica ambulatoriale e altri contributi • Amministrazione

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 venerdì 8.00 - 14.00

UFFICI PROVINCIALI PRESSO LE ASSOCIAZIONI TERRITORIALI DI UNIONE CONFCOMMERCIO - IMPRESE PER L'ITALIA - MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Abbiategrosso - Via Annoni 14

tel. 02 94967383

Binasco - S.S. dei Giovi 8

tel. 02 9055219

Bollate - Via degli Alpini 4

tel. 02 3502814

Bresso - Via Patellani 58/60

tel. 02 66501379

Cassano d'Adda - Via Verdi 5

tel. 0363 61503

Castano Primo - C.so San Rocco 1

tel. 0331 880691

Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14

tel. 02 9230715

Cinisello Balsamo - Via Frova 34

tel. 02 66049259

Cologno Monzese - Piazza Italia 7

tel. 02 2543690

Corsico - Via della Liberazione 26/28

tel. 02 4479582

Desio - Via Diaz 8

tel. 0362 624541

Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2

tel. 02 9513320

Legnano - Via XX Settembre 12

tel. 0331 440335

Lissone - Via Madonna 13

tel. 039 482045

Magenta - Via Volta 62

tel. 02 97298074

Melegnano - Via Pertini 18/24

tel. 02 9830768

Melzo - Via Turati 6

tel. 02 9550084

Monza - Via De Amicis 9

tel. 039 360771

Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37

tel. 02 9181247

Rho - Via XXV Aprile 6

tel. 02 9303480

Rozzano - Via Mimose 63

tel. 02 8257653

Segrate, Fraz. Rovagnasco - Via Monzese 20

tel. 02 2134518

Seregno - Via Don Minzoni 4

tel. 0362 231234

Sesto S. Giovanni - Viale Marelli 5

tel. 02 2621679

Seveso - Corso Marconi 35

tel. 0362 506724

Vaprio d'Adda - Via Vanvitelli 32

tel. 02 90966402

Vimercate - Largo Pontida 3/9

tel. 039 6850839

Unione Confcommercio Lodi

Lodi - Via Haussmann, 1/B

tel. 0371 432106



*Direzione Sindacale-Welfare-Sicurezza
sul lavoro di Confcommercio Milano,
Lodi, Monza e Brianza:
un estratto della Guida operativa
per le imprese associate*

La nuova regolamentazione dei tirocini in Regione Lombardia



N. 7/2013

La nuova regolamentazione dei tirocini in Regione Lombardia


Direzione Sindacale – Welfare – Sicurezza sul lavoro
Servizi Assistenza Mercato del Lavoro ed Amministrazione del Personale
Corso Venezia, 47 • 20121 Milano • Tel. 02.7750.314 • Fax 02.7750.488
sindacale@unione.milano.it • www.unionemilano.it

Guida operativa per le imprese associate

Per informazioni:

**Direzione Sindacale
Welfare - Sicurezza sul lavoro**
*Servizi assistenza mercato del lavoro
ed amministrazione del personale*
Tel. 02.7750.314
sindacale@unione.milano.it

Sono entrati in vigore i “Nuovi indirizzi regionali in materia di tirocini” emanati da Regione Lombardia (in seguito all’Accordo sottoscritto tra Stato e Regioni). Nuova regolamentazione che si applica ai tirocini da attivare dalla data dell’entrata in vigore (9 dicembre 2013) mentre per quelli in corso di svolgimento continua ad applicarsi la normativa vigente alla data del loro avvio (anche in caso di proroga, se prevista

e ammissibile dalle norme di riferimento). Per supportare le imprese associate nella conoscenza di questi nuovi indirizzi regionali in materia di tirocini, la Direzione Sindacale-Welfare-Sicurezza sul lavoro di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha predisposto una Guida operativa. In queste pagine ne pubblichiamo un estratto.

segue a pag. 16 ▶

La nuova regolamentazione dei tirocini in Regione Lombardia



La Guida è scaricabile dal sito di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza
http://www.unionemilano.it/it/contratti_lavoro/rapporti_lavoro/tirocinio_formativo/tirocini.html
 per le imprese associate con user e password.

Hanno collaborato alla redazione della Guida:
 Federica Menga, Maria Cristina Allocca, Michele Ceppinati, Maurizio Forbice, Katia Goldoni, Piero Perdomi, Alessandra Setti,
 Claudia Salomone (Direzione Formazione e Studi). Coordinatore: Paolo Pagaria.

I tirocini in Lombardia

Delibera Giunta Regionale 825/2013 del 25 ottobre 2013
 "Nuovi indirizzi regionali in materia di tirocini"

DEFINIZIONE

I tirocini non costituiscono un rapporto di lavoro, bensì una metodologia formativa ovvero una misura di politica attiva finalizzata agli obiettivi dell'orientamento, della occupabilità e dell'inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro.

TIPOLOGIE DI TIROCINI

Tirocini extra-curricolari: finalizzati ad agevolare le scelte professionali attraverso una conoscenza diretta del mondo del lavoro ovvero ad acquisire competenze per un inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro.
Tirocini curricolari: previsti in percorsi di istruzione o formazione e in generale percorsi formativi che rilasciano un titolo o una certificazione con valore pubblico.

CONVENZIONE

I tirocini sono attivati sulla base di una **convenzione** sottoscritta dai legali rappresentanti del soggetto promotore e del soggetto ospitante e copia deve essere consegnata al tirocinante.

I LIMITI NUMERICI

I soggetti ospitanti possono avviare tirocini extracurricolari, in coerenza con l'attività esercitata, nei limiti di seguito indicati:

Risorse umane tra 0 e 5	• non più di 1 tirocinante nello stesso periodo
Risorse umane tra 6 e 20	• non più di 2 tirocinanti nello stesso periodo
Risorse umane superiore a 20	• un numero di tirocinanti presenti nello stesso periodo non superiore al 10% del numero delle risorse umane

I limiti sopra indicati sono riferiti all'unità operativa di svolgimento del tirocinio.

Per "**risorse umane**" si intendono:

- i titolari di impresa, i coadiuvanti, i liberi professionisti singoli o associati;
- i lavoratori subordinati con contratto a tempo indeterminato, i lavoratori con contratto a tempo determinato o di collaborazione non occasionale, di durata pari almeno a 12 mesi;
- i soci lavoratori di cooperativa.

INDENNITA' DI PARTECIPAZIONE

Per la partecipazione ai tirocini extracurricolari è corrisposta al tirocinante **un'indennità di partecipazione** di importo, definito dalle parti, **non inferiore a 400 euro mensili**, al lordo delle eventuali ritenute fiscali, **riducibile a 300 euro mensili** qualora si preveda la corresponsione di buoni pasto o l'erogazione del servizio mensa ovvero qualora l'attività di tirocinio non implichi un impegno giornaliero superiore a 4 ore.

La nuova regolamentazione dei tirocini in Regione Lombardia

GARANZIE ASSICURATIVE

Il soggetto promotore, o il soggetto ospitante se previsto dalla convenzione, è tenuto a garantire l'attivazione delle seguenti garanzie assicurative:

- assicurazione del tirocinante contro gli infortuni sul lavoro, presso l'INAIL;
- assicurazione del tirocinante per la sua responsabilità civile verso i terzi durante lo svolgimento del tirocinio, con idonea compagnia assicuratrice.

IN SINTESI

TIPOLOGIA	DESTINATARI	DURATA MASSIMA	INDENNITA' MINIMA
Extracurricolari * Formativi e di orientamento	I destinatari sono i soggetti che hanno conseguito un titolo di studio entro e non oltre 12 mesi, inoccupati in cerca di occupazione, disoccupati e occupati con contratto di lavoro o collaborazione a tempo ridotto	6 mesi , comprese le eventuali proroghe	400 euro lordi mensili; riducibili a 300 se il tirocinante ha diritto a buoni pasto o alla mensa, o se non è impegnato per più di 4 ore
Extracurricolari * Inserimento e reinserimento al lavoro	Sono rivolti a inoccupati in cerca di occupazione, a disoccupati, a lavoratori sospesi, in mobilità e a occupati con contratto di lavoro o collaborazione a tempo ridotto	12 mesi , comprese le eventuali proroghe	400 euro lordi mensili; riducibili a 300 se il tirocinante ha diritto a buoni pasto o alla mensa, o se non è impegnato per più di 4 ore
Extracurricolari * Disabili e persone svantaggiate	Disabili e persone svantaggiate (soggetti in trattamento psichiatrico, i tossicodipendenti, gli alcolisti, i minori in età lavorativa in situazioni di difficoltà familiare, le persone detenute o internate negli istituti penitenziari, i condannati e gli internati ammessi alle misure alternative alla detenzione e al lavoro all'esterno)	24 mesi per i disabili con possibili deroghe con parere favorevole del Comitato Tecnico Provinciale; 12 mesi per gli svantaggiati (estendibile fino a 24 mesi)	Da definire in convenzione tenendo conto, per i disabili, della valutazione delle capacità e abilità residue espressa dal Comitato Tecnico Provinciale
Extracurricolari * Estivi di orientamento	Sono promossi durante le vacanze estive a favore di un adolescente o di un giovane, regolarmente iscritto ad un ciclo di studi presso un'istituzione scolastica o formativa.	3 mesi ; solo durante la sospensione estiva delle attività didattiche	Da definire in convenzione
Curricolari	Svolti all'interno del percorso formativo di una scuola, università, master o alta formazione di qualsiasi ente che rilascia un titolo o una certificazione con valore pubblico.	La durata del tirocinio è stabilita dal piano formativo del percorso di studio	La convenzione definisce l'eventuale indennità di partecipazione

A CHI RIVOLGERSI

✓ PER ASSISTENZA E CONSULENZA:

Direzione Sindacale – Welfare – Sicurezza sul lavoro

Tel. 027750314

sindacale@unione.milano.it

Direzione Formazione e Studi

Tel. 027750677

formazione@unione.milano.it

segue a pag. 18

La nuova regolamentazione dei tirocini in Regione Lombardia



Indice generale

1.	Contesto normativo	pag. 3
2.	Definizione	pag. 4
3.	Ambito di applicazione	pag. 4
4.	Tipologie di tirocinio	pag. 5
5.	Tirocini extracurricolari	pag. 6
6.	Tirocini curriculari	pag. 7
7.	I soggetti del tirocinio	pag. 7
7.1	Il soggetto promotore	pag. 7
7.2	Il soggetto ospitante	pag. 8
7.3	Il tirocinante	pag. 9
8.	Il tutor	pag. 9
8.1	Il tutor del soggetto promotore	pag. 9
8.2	Il tutor del soggetto ospitante	pag. 10
9.	La durata del tirocinio	pag. 10
10.	I limiti numerici	pag. 11
11.	Divieti	pag. 12
12.	Obblighi e diritti del tirocinante	pag. 13
13.	La convenzione	pag. 13
14.	Il Progetto Formativo Individuale	pag. 14
15.	Le comunicazioni obbligatorie	pag. 15
16.	Le garanzie assicurative e sicurezza sul lavoro	pag. 16
17.	L'indennità di partecipazione	pag. 17
18.	Le attestazioni	pag. 19
19.	Le discipline specifiche	pag. 19
19.1	Tirocini per soggetti disabili	pag. 19
19.2	Tirocini per cittadini extracomunitari	pag. 20
19.3	Tirocini estivi di orientamento	pag. 22
19.4	Tirocini curriculari	pag. 22
20.	Monitoraggio, controllo e sistema sanzionatorio	pag. 24
21.	A chi rivolgersi	pag. 25
<input checked="" type="checkbox"/>	Il percorso operativo	pag. 27
<input checked="" type="checkbox"/>	Glossario	pag. 28
<input checked="" type="checkbox"/>	Documentazione	pag. 31
<input checked="" type="checkbox"/>	Modulistica	pag. 57

UNIONE

premia la tua

FEDelta

Per il quinto 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 VALTELLINESE

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 2013 le annualità si riferiscono agli anni 2011/2012/2013).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

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



Unione
CONFCOMMERCIO
 MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Il Senato ha approvato l'emendamento della Commissione Affari Costituzionali al decreto legge Milleproroghe che proroga al prossimo 30 giugno l'obbligo, per chi effettua attività di vendita e prestazioni di servizio (anche professionali), di accettare i pagamenti eseguiti attraverso carte di debito. Rinvio previsto "al fine di consentire alla platea degli interessati di adeguarsi all'obbligo di dotarsi di Pos". Sulla Gazzetta Ufficiale

(la 21 del 27 gennaio) è stato pubblicato il decreto ministeriale che ha introdotto questa misura.



L'obbligo di accettare pagamenti eseguiti con carte di debito si applica per importi oltre i 30 euro e riguarda chi ha un fatturato (anno precedente) superiore a 200mila euro. E'

prevista, con un successivo provvedimento, l'individuazione di nuove soglie e limiti minimi di fatturato rispetto a



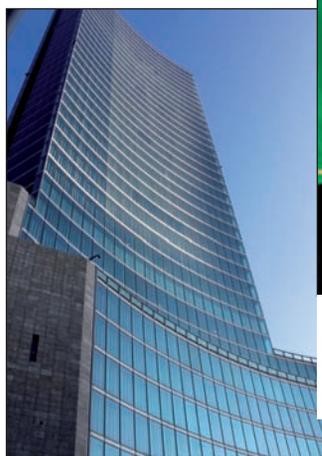
Emendamento rinvia l'obbligo di accettare i pagamenti con carte di debito

quelli per ora stabiliti (e potranno essere estesi gli obblighi ad ulteriori strumenti di pagamento elettronici anche con tecnologie mobili).

Regione Lombardia: voucher 2014 per l'internazionalizzazione

La Giunta di Regione Lombardia ha approvato i criteri di attuazione del Bando voucher per l'internazionalizzazione 2014"; per le piccole e medie imprese dotazione finanziaria complessiva di 4.840.000 euro (500.000 euro della Regione e 4.340.000 euro delle Camere di commercio). Sono previste tre tipologie di voucher: acquisto di servizi di consulenza e supporto all'internazionalizzazione; missioni economiche all'estero; fiere internazionali all'estero in forma aggregata o individuale. L'importo varia tra i 1.200 e i 2.300 euro (a seconda della tipologia dell'iniziativa e dell'area geografica di riferimento). Il bando è a sportello, finanzia gli eventi fino al 31 gennaio 2015 e prevede tre finestre di presentazione delle domande: marzo, maggio e settembre.

"Si tratta di una misura - ha spiegato l'assessore alle Attività produttive, ricerca e innovazione



▲ **Mario Melazzini, assessore ad Attività produttive, ricerca e innovazione di Regione Lombardia**

Mario Melazzini - che Regione Lombardia e Sistema camerale ripropongono da diversi anni, con notevole

successo, nell'ambito dell'Accordo di programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo. Il bando permette alle piccole e medie imprese di ottenere finanziamenti, sotto forma di voucher, per acquisire servizi di consulenza, partecipare a missioni commerciali e a fiere internazionali all'estero. E' un aiuto concreto alle nostre aziende ad aprirsi ai mercati esteri che, in un momento in cui la domanda interna è in contrazione, rappresentano uno sbocco fondamentale".

"In quest'ottica - ha concluso Melazzini - continueremo a sostenere e mettere in campo azioni che mirino al reale potenziamento dell'internazionalizzazione del sistema produttivo lombardo, con l'obiettivo di renderlo sempre più competitivo". (AL)

**CONVENZIONI RISERVATE
AI SOCI. AGGIORNAMENTI
CONTINUI SUL SITO.**



**PER LA TUA ATTIVITÀ
E LA TUA FAMIGLIA**



**CONDIZIONI
ESCLUSIVE**



**NUOVE
CONVENZIONI**

**PROMOZIONI
SEMPRE
AGGIORNATE**



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



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict, in collaborazione con Nextvalue, ha promosso in Confcommercio Milano l'incontro "Ecommerce in Italia. Aziende e operatori a confronto" (con gli interventi, fra gli altri, di Timberland/VFC; Al Duca d'Aosta, RCS Media Group. Ed hanno aderito come aziende partner Ibm Italia, Portaltech Reply, Sopra Group). Nel 2013 l'Ecommerce ha segnato uno sviluppo rispetto all'anno precedente.

In Italia la componente delle vendite on line ha raggiunto il 5,4 per cento dell'intero volume della distribuzione al dettaglio (vedi *Unioneinforma* di gennaio a pag. 18 n.d.r.).

Comufficio: semplificazione per i misuratori fiscali

Comufficio (l'Associazione nazionale aziende produttrici, importatrici e distributrici di prodotti e servizi Ict) ha segnalato la semplificazione in materia di misuratori fiscali con il provvedimento dell'Agenzia delle Entrate 2013/150227. Dal 1° gennaio il modulo cartaceo della Comunicazione di messa in servizio, variazione dati e defiscalizzazione dei misuratori fiscali non deve più essere spedito all'Agenzia delle Entrate.

Questo provvedimento, rileva l'Associazione, costituisce "un primo ed importante risultato positivo dell'attività che la Direzione Comufficio e la Direzione



L'Assintel Report 2013 (ricerca sul mercato del software e dei servizi condotta

da Nextvalue su incarico di Assintel) ha messo in evidenza come i progetti di e-commerce (23% dei rispondenti), multicanalità (22%) e quelli per la realizzazione di consumer app (12%) siano stati classificati come progetti di innovazione dal responsabile dei sistemi informativi delle principali aziende italiane. Queste percentuali raddoppiano nei segmenti di trasporti e logistica, commercio, distribuzione e servizi ed assicurazioni, settori che per primi hanno saputo cogliere e integrare l'e-commerce al modello di business tradizionale.

Distributori carta

Enzo Berni confermato presidente di Adica



Enzo Berni è stato confermato presidente di Adica, l'Associazione nazionale distributori carta. Il Consiglio direttivo eletto dall'assemblea generale dell'Associazione (svoltasi in Confcommercio Milano), in carica fino al 2017, è completato da Mauro Bolzoni, Roberto Cresta, Tomaso Esposito, Enrico Giannerini, Roberto Longhi, Maurizio Molina, Mario Verzolini, Paolo Villa (nominato vicepresidente di Adica).

fiscaltà d'impresa di Confcommercio stanno portando avanti insieme, nella prospettiva di alleggerire gli adempimenti degli utilizzatori dei misuratori fiscali e di scongiurare l'applicazione di sanzioni a loro carico in caso di mancata o ritardata invio della comunicazione".

"Anche le variazioni dati legate alla ragione sociale dell'End user, che il consulente fiscale del cliente già comunica con altro documento ai competenti Uffici delle Entrate - ha proseguito Comufficio - saranno riportate sul libretto fiscale del misuratore e non dovranno più essere oggetto di comunicazione separata". I laboratori tecnici autorizzati a tali adempimenti sono già stati informati da Comufficio per dare il necessario supporto tecnico



▲ **Umberto Bellini, presidente Asseprim**

Presentazione di Italia 2.0, ricerca condotta dall'azienda associata Duepuntozero Doxa su un campione di 3.000 interviste annue e su 2 "wave" semestrali, rappresentativo dell'utenza internet italiana maggiorenne. E' il focus del primo appuntamento 2014 (il 25/2) del Sistema di Networking di Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali per le imprese.

La ricerca fornisce numerosi spunti su comportamenti, atteggiamenti e "desiderata" degli utenti internet in Italia rispetto alla presenza dei brand sui social media. In particolare, spiega Asseprim, si pone un accento particolare anche alla relazione con i brand online, con i quali si manifesta una graduale crescita della resistenza alla collaborazione. "I continui cambiamenti cui assistiamo sembrano delineare la richiesta di un nuovo modo di fare marketing, ove l'utente diviene il centro della produzione e fruizione di contenuti, aprendo quindi al content marketing. Fino ad oggi, le persone hanno dato alla rete, e quindi alle aziende, infor-

mazioni anche molto personali. In cambio hanno ricevuto solo comunicazione aziendale. Ora si chiede anzitutto semplificazione e snellimento nella richiesta di informazioni all'utente - afferma il presidente di Asseprim Umberto Bellini - Duepuntozero

ha individuato 10 paradossi che il web 2.0 ha nel tempo generato su se stesso; paradossi che hanno a che fare con la struttura stessa del mondo digitale e con la sua fruizione da parte degli utenti e che saranno oggetto di approfondimento anche per la nostra Associazione, attraverso la newsletter Digital Focus".

**Condotta dall'azienda associata
Duepuntozero Doxa**

Asseprim sponsor dell'Osservatorio multicanalità



"E' il momento di osare": questo il titolo del convegno (il 26/2)

in cui il team dell'Osservatorio Multicanalità composto da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano, presenta i risultati dell'indagine 2013. Progetto che ha il supporto come sponsor di Asseprim. Twitter: #OM13

Nel 2013 l'Osservatorio Multicanalità ha studiato ancora più in profondità i

comportamenti di consumo multicanale dei quattro nuovi cluster identificati dalla Ricerca 2012, che ha segnato l'anno della svolta con il



Ricerca condotta da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano

53% della popolazione italiana multicanale.

Nell'ambito dell'analisi del processo di acquisto multicanale, grande attenzione è stata riservata all'e-commerce: motivazioni, fattori abilitanti, barriere, pattern di acquisto ricorrente e specificità delle diverse categorie merceologiche. Inoltre l'Osservatorio Multicanalità ha preso in esame il passaggio da e-commerce a "everywhere commerce": luoghi, dinamiche di interazione nell'acquisto online su più strumenti (pc, tablet, smartphone) e interazioni multicanale in punto vendita (digital signage, tecnologie interattive). New media e consumo multitasking completano l'approfondimento sulla "dieta" mediatica degli italiani.

Alla Triennale serata-evento di inizio 2014



◀ **Serata-alla Triennale di FIMAA Milano, Monza Brianza: il presidente Vincenzo Albanese tra Sestilio Paletti (presidente onorario Aspesi) e Lionella Maggi (past president FIMAA Milano MB)**

FIMAA Milano, Monza Brianza: guardare con fiducia al nuovo anno

Gli agenti immobiliari affrontano un mercato che si evolve rapidamente e che risulta

caratterizzato da risorse sempre meno disponibili, dalla difficoltà di accesso al credito e dal crescente peso fiscale sugli immobili. Per far fronte a questo nuovo scenario l'agente immobiliare deve spostare il focus della propria attività dal prodotto immobiliare alle esigenze del cliente. È l'analisi che il presidente Vincenzo Albanese ha compiuto in occasione della serata di FIMAA Milano Monza & Brianza il 20 gennaio presso la Triennale di Milano. Un appuntamento d'augurio di inizio anno con un filo conduttore propositivo, "Avanti tutta", "per guardare con fiducia alle prospettive del nuovo anno".

Appuntamento (supportato da Confcommercio, MedioFimaa e Case Style) che ha visto l'affollata presenza del mondo del real estate, degli ordini professionali e dei rappresentanti del sistema associativo e istituzionale: come il presidente di FIMAA Italia Valerio Angeletti, il presidente lombardo FIMAA Santino Taverna e moltissimi rappresentanti della dirigenza provinciale e regionale FIMAA; i dirigenti della

Confcommercio milanese (cui FIMAA Milano Monza Brianza aderisce) e lombarda; il parlamentare Luca Squeri; il presidente di Assimpredil Ance (e della Triennale) Claudio De Albertis.

"Ci troviamo - ha detto Albanese - in

Il presidente Vincenzo Albanese: cogliere l'evoluzione del mercato immobiliare e anticipare i tempi per essere competitivi



un luogo (*Triennale n.d.r.*) che ha avuto ed ha tuttora un ruolo reale e simbolico molto rilevante per la città: luogo di sperimentazione e di nuove tendenze, anteprima di futuri scenari, specchio della società che cambia". "Anche la

nostra Associazione - ha proseguito - ha, in qualche modo, una finalità improntata al cambiamento: rappresentiamo l'ultimo miglio, ruolo di primo piano in tutta la filiera; come 'front office' capiamo quali sono le nuove esigenze della domanda. Possiamo, perciò, proporre spunti e modelli per far evolvere il mercato ed anticipare i tempi per essere competitivi".

Una finalità molto impegnativa che, ha rilevato Albanese, richiede un'evoluzione culturale, un aggiornamento continuo e la volontà di "rimettersi in gioco". "Cambiamenti - ha sottolineato - improcrastinabili. L'Associazione ha importanti progetti. Forse uno di quelli più significativi è l'implementazione del 'sentiment' del mercato immobiliare". "Uno strumento innovativo - ha spiegato Albanese - per cogliere le dinamiche e le tendenze, sul quale abbiamo bisogno del supporto di tutti".

Ma cosa accadrà nel mercato immobiliare in questo 2014? "Guardando a Milano - ha spiegato Albanese - città termometro per il settore residenziale,

dopo il disastroso 2012 veniamo da un 2013 per metà negativo e poi con il segno più (a livello nazionale continua, inve-

ce, il segno negativo con una decrescita che, però, è diminuita d'intensità). Prevediamo, ora, un consolidamento della situazione con l'auspicio che per la seconda metà dell'anno vi possa essere un'effettiva ripresa".

"Cosa possiamo fare concretamente per alimentare questi segnali di

ripresa? Direi molto - ha concluso Albanese - Non da ultimo, diffondere positività in tutto quello che facciamo e in chi incontriamo. Perché sappiamo tutti bene quanto il nostro settore si alimenti di fiducia. Con l'impegno i risultati non mancheranno".

“Tira su la cler”: il bando del Comune di Milano Nuove attività in periferia



▲ **Andrea Colzani, presidente del Gruppo giovani imprenditori di Confindustria, Milano, Lodi, Monza e Brianza**

nuove attività nei nove spazi pubblici da riutilizzare in zone periferiche della città. I nove progetti d'impresa selezionati, tra i 42 pervenuti (oltre il 50% delle domande da giovani under 35) godranno così, come stabilito dal bando, di un

Andrea Colzani, presidente Gruppo giovani imprenditori Confindustria milanese: strada giusta da percorrere, ma in generale occorrono più risorse per consentire un maggior accesso al credito

canone d'affitto abbattuto fino al 90% per i primi cinque anni di attività. Previste, inoltre, agevolazioni economiche per 500mila euro assegnati per un massimo di 25mila euro in caso di spazi piccoli, 50mila euro per gli spazi medi e 100mila euro per quelli grandi. Tutte le agevolazioni economiche saranno concesse per un importo non superiore al 50% dell'investimento

complessivo e suddivise, per il 25%, a titolo di finanziamento con rimborso (dietro presentazione di fidejussione) e per l'altro 25% come contributo a fondo perduto. Un ulteriore stanziamento di 400mila euro costituirà un fondo di garanzia per il rilascio di finanziamenti bancari ai singoli e alle imprese con copertura fino all'80% del rischio. La giusta strada

da da percorrere in un momento di difficoltà come quello attuale – secondo Andrea Colzani presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Milano, Lodi, Monza e Brianza – al fine di creare condizioni favorevoli alla crescita e alla ripresa economica. In generale, ha aggiunto, servirebbero però più risorse finanziarie per consentire agli imprenditori un maggior accesso al credito. (AL)

Sono stati presentati i risultati del bando “Tira su la cler” (pubblicato a novembre), con il quale il Comune di Milano, ha messo a disposizione 900 mila euro per l'apertura di

Nei negozi incontri con gli chef

A Homi (il nuovo Macef) con Art è tornato l'Educational Art Cooking

nazionale - che coniugano, buona cucina, alimentazione consapevole, benessere, ospitalità ed arte della tavola. Bilancio positivo per la prima edizione di Homi con 80.000 metri quadrati, 1.500 espositori, 94.000 visitatori. Homi torna a Milano a settembre (per poi proseguire anche all'estero in Russia, Asia e negli Stati Uniti). Dall'inizio di questo mese, per otto settimane, sul sito www.homiplus.com, è possibile rive-



▲ **Donatella Galli, presidente di Art**

dere le proposte presentate ad Homi dalle aziende partecipanti. (BB)



A d Homi (il nuovo Macef) presenza di Art, l'Associazione arti della tavola e del regalo di Confindustria, con l'Educational Art Cooking, il servizio (già presentato in occasione dell'ultima edizione del Macef) che prevede un ciclo annuale di 10 incontri con chef stellati - nei punti vendita associati su tutto il territorio

L'analisi di Assotemporary

Assotemporary (l'Associazione italiana di temporary shop, showroom, business center, spazi eventi e servizi connessi) segnala la crescita dei temporary store a Milano. Alle circa 100 location dedicate permanentemente alla nuova formula di comunicazione e vendita si aggiungono - rileva l'Associazione - diversi temporary store che alternano l'ospitalità temporanea ad aziende ad altre attività. Il temporary coinvolge anche gli spazi commerciali del centro storico. Oltre il 60% delle iniziative di temporary shop ha luogo a Milano; il 10% a Roma e Napoli, l'8% a Torino e in percentuali più limitate in altre città come Catania, Palermo e Bologna. Cresce l'attrattività dei centri commerciali, circa il 10% delle iniziative temporary su scala nazionale, mentre il 7% è appannaggio del travel retail rappresentato da stazioni ferroviarie e aeroporti.

Per quanto concerne la superficie richiesta dalle aziende, il 50% si attesta tra i 40 e i 60 mq., il 40% tra gli 80 e i 100 mq., mentre il 10% si orienta su una superficie superiore ai 150 mq. Nell'ambito dei temporary showroom (gli spazi provvisti di vetrine su strada), la superficie più richiesta è tra i 150 e i 200 mq. Questa tipologia di spazi, particolarmente adatta per le esposizioni e le campagne di vendita, intercetta



Milano, crescono gli spazi temporary

ad oggi circa il 15% della domanda.

L'analisi di Assotemporary conferma la spiccata propensione al temporary shop dei settori

moda e design (58% delle richieste), mentre food (10%), gioielli (8%) e auto (7%) risultano i settori in maggiore crescita.

La durata delle iniziative di temporary shop rimane mediamente di 30 giorni, così come si confermano periodi di alta stagione quelli scanditi dalle principali manifestazioni (che a Milano riguardano il design e la moda: nella foto Pastrengo 2 nuovo spazio temporary nel quartiere Isola a Milano).



Prende il via 3 marzo (fino al 28) il primo corso di alta formazione "temporary retail design" organizzato dal POLI.design (il Consorzio del Politecnico di Milano) in collaborazione con Assotemporary. Il corso, allargato in questa nuova edizione a temporary retailer e direttori commerciali, fornisce ai partecipanti nozioni tecnico/giuridiche e di marketing ed è l'evoluzione delle

E con POLI.design al via il corso di temporary retail design

cinque edizioni di "Temporary Space & Exhibition Design". L'iniziativa ha ottenuto il patrocinio di AIPi Associazione Italiana Progettisti d'Interni. (BB)



Adda Milanese L'impegno dell'Associazione per valorizzare le imprese

tipici. C'è il laboratorio di marketing, cui fanno parte i sette Comuni - e le relative Pro Loco - su cui ha competenza l'Associazione (Cassano D'Ad-

D'Adda). Come primo ed importante progetto, è stato realizzato il portale www.addacittaecommerci.it. Si sta costituendo un tavolo di lavoro

Intensa l'attività dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio dell'Adda Milanese: in un momento difficile per le imprese è stata rafforzata la presenza sul territorio, collaborando alla realizzazione di eventi locali (concorso vetrine, sfilate di moda), il tutto nell'intento di contribuire a dare nuovi impulsi alle attività commerciali locali. Sono stati costituiti tavoli di lavoro con Amministrazioni comunali e Pro Loco per valorizzare il territorio: commercio, iniziative culturali, prodotti



▲ Il presidente Giuseppe Legnani (secondo da destra) e lo staff dell'Associazione Unione Confcommercio dell'Adda Milanese (terzo da sinistra il segretario Claudio Caraffini)

da, Grezzago, Inzago, Pozzo D'Adda, Trezzano Rosa, Trezzo sull'Adda, Vaprio

per Expo 2015 con l'obiettivo - rileva l'Associazione - di realizzare progetti turistici che richiamino il passaggio di Leonardo Da Vinci nel territorio. Attività intensa nel 2013 anche per quanto riguarda i servizi erogati dall'Associazione; in modo specifico è stato ad esempio affrontato il tema della sicurezza nei luoghi di lavoro. Tutti i corsi obbligatori sono stati effettuati presso la sede di Vaprio D'Adda (adeguando giorni ed orari alle esigenze delle aziende partecipanti). Numerosa l'affluenza ed anche per quest'anno è stato stilato un fitto calendario.

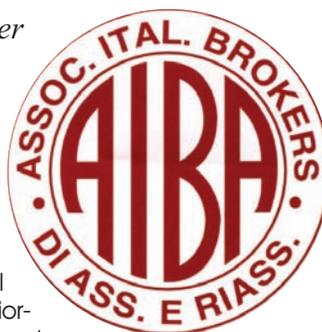
ASSOCIAZIONI

Appuntamento dell'Associazione italiana broker a Palazzo Lombardia

Pmi e assicurazioni Il 25 marzo a Milano convegno di Aiba

Si svolge a Milano il 25 marzo, presso l'auditorium "Giovanni Testori" di Palazzo Lombardia - Piazza Città di Lombardia, 1 - il convegno nazionale Aiba ("Associazione italiana brokers di assicurazioni e riassicurazioni" aderente a Confcommercio) dedicato al tema "Broker e piccole e medie imprese: la protezione assicurativa come fattore di

sviluppo". Nel corso della giornata saranno evidenziate le potenzialità dello strumento assicurativo per le pmi: oltre 3,8 milioni, spiega Aiba, ma tradizionalmente sottoassicurate. Se fino a pochi anni fa i broker avevano una presenza residuale nel comparto della piccola e micro



impresa, l'attenzione al rischio da parte dei piccoli imprenditori è diventata oggi rilevante, richiedendo sempre più spesso - rileva Aiba - la consulenza del broker. Un contributo indispensabile - spiega l'Associazione - perché proprio per ragioni organizzativo/dimensionali, nelle micro e piccole imprese sono molto spesso assenti risorse per una corretta ed efficace individuazione e analisi dei rischi, ma anche per l'attività di prevenzione e gestione dei rischi e il trasferimento al mercato assicurativo delle conseguenze economiche dei danni causati da un sinistro. Compiti, conclude Aiba, che fanno parte del bagaglio professionale dei broker di assicurazioni.



Il mercato di Vimercate (uno dei più antichi d'Europa, la cui presenza è documentata fin dal 745), si è dato un nuovo obiettivo: diventare più moderno reinventandosi per affrontare la sfida di Expo 2015.

Gli operatori hanno avviato, in collaborazione con l'Assessorato al Commercio di Vimercate, un progetto di rilancio del mercato in linea con le evoluzioni del mondo del commercio da un lato, e, dall'altro, con i parametri dell'ecosostenibilità.

Il piano di rilancio, inserito nell'ambito del Distretto urbano del commercio, prevede tre ordini di interventi. Il primo sulla promozione dell'offerta del mercato; il secondo sul miglioramento degli standard di sicurezza; il terzo sull'ecosostenibilità. Questi tre interventi hanno come obiettivo la riduzione dell'impatto del mercato sulla

città (così da fargli mantenere la posizione nella cornice medioevale che lo ospita) innovandolo.

Nell'ambito dell'offerta del mercato il progetto prevede la ridefinizione di ciascuno dei 200 stalli attualmente occupati dalle bancarelle. Nell'ambito del raggiungimento dell'ecosostenibilità sono previsti due interventi: "il progetto - spiega Antonio Colombo, consigliere dell'Associazione territoriale di Vimercate (e

smaltimento immediato dei rifiuti: si può delegare agli ambulanti la raccolta e del trasporto nella discarica comunale. Tutto questo per migliorare il rapporto con la città: il modo in cui questo mercato ha saputo sempre rapportarsi e integrarsi con essa gli ha permesso di non essere mai spostato dal centro storico".

Un primo intervento potrebbe essere l'ampliamento del punto di pronto soccorso già esistente (il primo creato in Italia) con un presidio di volontari della Protezione civile e un altro dei Vigili del fuoco.

Il progetto prevede inoltre di attrezzare il mercato con mezzi tecnologici adeguati: installare totem o monitor agli ingressi principali con indicazioni per i clienti sulla dislocazione dei banchi e sulle offerte e promozioni degli ambulanti.

Il mercato vuole presentarsi con un restyling di tutto rispetto per un evento internazionale come Expo e l'idea è presentarsi il 1° maggio 2015 con un brand, un marchio che caratterizzi e promuova il mercato. (SM)



▲ **Alessandro Barbone**, presidente dell'Associazione territoriale di Vimercate e il consigliere Antonio Colombo



vicepresidente Apeca, l'Associazione del commercio ambulante di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) prevede di mettere al bando i generatori di corrente che possono essere sostituiti con gli inverter a batteria o con le colonnine a energia elettrica. Puntiamo, inoltre, allo





Quinta edizione del concorso 50&Più-50&Più Università Milano

Poeti e scrittori in Lombardia Ecco i premiati

NUOVO MARCHIO, STESSA SQUADRA

INTOO è leader nei servizi di outplacement in Italia.

Nasce nel 1991 come DBM Italia e nel 2005 entra a far parte di Gi Group, prima multinazionale italiana del lavoro presente in oltre 20 Paesi.

INTOO affianca persone e aziende nella gestione della transizione di carriera individuale e collettiva (outplacement), perseguendo la continuità e lo sviluppo professionale di dirigenti, quadri, impiegati e operai. Con la business unit Restart supporta l'azienda nelle fasi di discontinuità o riorganizzazione a fronte di acquisizione, fusione, delocalizzazione e nella individuazione e realizzazione di soluzioni innovative di riconversione industriale, offrendosi anche per l'outsourcing delle direzioni del personale.

INTOO attiva, anche, programmi di coaching mirati, finalizzati al rafforzamento delle persone in un'ottica di employability interna.

INTOO è partner fondatore di Career Star Group, network globale di outplacement, che raggruppa i leader di mercato dei principali paesi del mondo (www.careerstargroup.com).

INTOO Srl

Sede Centrale: Piazza IV Novembre, 5 - 20124 Milano
Tel. 02/67.39.711 - Fax. 02/67.39.71.251 - Mail: intoo@intoo.it



Assegnati i riconoscimenti della quinta edizione (2013) del concorso letterario "Poeti e scrittori in Lombardia - 50&Più per la Cultura" promosso da 50&Più e 50&Più Università Milano. L'incontro degli organizzatori (la giuria con il presidente di 50&Più Milano Università Filippo Ravizza, Sebastiano Aglieco, Mauro Germani) con i premiati si è svolto al Circolo del Commercio di Milano (Palazzo Bovara). Presente, fra gli altri, anche il vicepresidente vicario di 50&Più Milano Maria Antonia Rossini.

Prosa

Vincitore: *Christian Tito* (Milano) con il racconto: "Casa D'Urso". Secondo e terzo classificato: *Annamaria Trevale* (Milano) e *Walter Chiesa* (Trezzano Rosa - Mi).

Poesia

Vincitore: *Nadia Agustoni* (Bagnatica - Bg) con la poesia: "La crepa"; secondo e terzo classificato *Gabriele Gabbia* (Brescia) e *Nino Iacovella* (Milano)

Miglior scrittore 50&Più

Antonia Ciampella (Milano)

Miglior poeta 50&Più

Paolo Cimarelli (Milano)

"Poeti e scrittori in Lombardia": foto di gruppo con gli organizzatori e i premiati dell'edizione 2013 e di quella precedente (1)

Christian Tito, primo classificato per la prosa (2)

Nadia Agustoni, prima classificata per la poesia (3)

Annamaria Trevale, seconda classificata per la prosa (4)

Walter Chiesa, terzo classificato per la prosa (5)

Nino Iacovella, terzo classificato per la poesia (il secondo classificato, *Gabriele Gabbia*, non era presente) (6)

Antonia Ciampella "miglior scrittore" (7) e *Paolo Cimarelli*, "miglior poeta" 50&Più (8)

Maria Antonia Rossini, vicepresidente vicario 50&Più Milano (9)



(foto di Massimo Garriboli)

informa Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA
AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

**CONCESSIONARIA
IN ESCLUSIVA
PER LA VENDITA
DELLA PUBBLICITÀ**
Star Business Srl
Via di Novacchio 2/4
Località Ospedaletto, 56121 - Pisa
Tel. 0503163919
info@starbusiness.it - www.starbusiness.it

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.



**“Colori e Sapori di Monza e Brianza”:
i ristoranti**

Monza (Derby Grill Hotel De La Ville, Osteria Del Dosso, Osteria La Lira); *Agrate Brianza* (La Fata Verde, Osteria Il Porcomaiale, P.I.E.R.); *Arcore* (l’Arco del Re); *Biassono* (Trattoria La Rava e La Fava); *Brugherio* (La Volta Rossa, Samsara); *Busnago* (Agriturismo Cascina Gallina); *Camparada* (Taverna Dei Viandanti); *Carate Brianza* (La Piana); *Cavenago Brianza* (Dodici24); *Lesmo* (Trattoria La Ca’); *Seregno* (Trattoria Del Gallo); *Sulbiate* (Agriturismo Fondo Brugarolo); *Usmate Velate* (Trattoria Pin Del Rus)

**“Colori e Sapori
di Monza
e Brianza”
La ristorazione
valorizza
il territorio**

Prosegue fino ad aprile l’iniziativa “Colori e Sapori di Monza e Brianza”, la tredicesima rassegna gastronomica per valorizzare la

tradizione della cucina locale. Un’iniziativa pensata in prospettiva di Expo 2015, l’Esposizione universale incentrata sul tema dell’alimentazione. “Colori e Sapori di Monza e Brianza” coinvolge i ristoranti del territorio (Monza, Agrate Brianza, Arcore,

Biassono, Brugherio, Busnago, Camparada, Carate Brianza, Cavenago Brianza, Lesmo, Seregno, Sulbiate, Usmate Velate) ed ha, fra i promotori, Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza (e Promo.Ter Unione).

**Prestare
attenzione**



**Telefonate per appuntamenti antiusura:
non provengono dalla Camera di Commercio**

Sono giunte segnalazioni di telefonate da parte di soggetti che, presentandosi come funzionari della Camera di Commercio di Milano, tenterebbero di fissare un incontro per verificare, anche con un presunto commercialista, il conto corrente bancario dell’interlocutore motivando l’iniziativa per finalità antiusura. E’ una proposta che non proviene dalla Camera di Commercio di Milano: prestare quindi attenzione non fissando appuntamenti né fornendo informazioni. Segnalare eventuali anomalie alla propria associazione.

**Bollettini emessi da una società privata
che non riguardano il pagamento del Registro camerale**

I Servizi legali di Confcommercio Milano segnalano, inoltre, come circolino bollettini (emessi dalla Società Kuandra s.r.l.) con i quali si chiede un pagamento per l’inserimento in un portale online di multiservizi. Si tratta di un servizio privato a fini esclusivamente commerciali e non va confuso con il pagamento del Registro Imprese della Camera di Commercio.



Promo.Ter Unione

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



UNI EN ISO 9001:2008
CERTIFICATO n°628



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

LE NOSTRE PAROLE CHIAVE PER LA SICUREZZA



SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

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

IGIENE DEGLI ALIMENTI

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

PRIVACY

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

... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

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

ENERGIA & AMBIENTE

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



Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 77.50.895

Seguici, connettiti, informati



Controlla i nostri aggiornamenti su Facebook agli indirizzi
facebook.com/confcommerciomilano
facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa



Seguici su Twitter all'indirizzo
twitter.com/confcommerciomi



Guarda i nostri video su Youtube all'indirizzo
youtube.com/confcommerciomilano



Visita il sito www.unionemilano.it