

Indagine Confcommercio sulla criminalità a Milano e nell'area metropolitana: migliaia i questionari già ricevuti



**“RILANCIARE, NON INDEBOLIRE
 LA CAMERA DI COMMERCIO”**
 Il Manifesto del mondo
 economico/ associativo milanese



**WEB MARKETING
 E VENDITE ON LINE
 I SEMINARI GRATUITI
 DI UNIONE
 CONFCOMMERCIO**



L'iniziativa “Le Sale dell’arte”
Milano Palazzo Bovara
 (CIRCOLO DEL COMMERCIO)
 “casa” della cultura



CONTRATTI E LAVORO



APRIRE UN'ATTIVITÀ



SUPPORTO
FISCALE E LEGALE



FORMAZIONE



BANDI, CREDITO
E FINANZIAMENTI

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



IMPRESA E PERSONA



IMPRESA E ISTITUZIONI



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



Lo sguardo nella vetrina

ficio dove si trova è nato con la Cappelleria, quando a fine '800 il Lazzaretto venne raso a suolo e fu inventato un quartiere nuovo a Milano: un quartiere popolare, popolarissimo, dove Fausto Mutinelli, emigrante dal veneto, scelse di metter su negozio e laboratorio di cappelli in una via "fuori Milano", o meglio "fuori dazio" (...le tasse, già allora pensiero fisso dell'imprenditore).

Adesso i caselli daziari di Porta Venezia fanno da sfondo ad uno degli assi commerciali più centrali, serviti e vivaci di Milano. Eppure corso Buenos Aires continua a portar con sé quella natura genuinamente popolare, che corre a volte il rischio del degrado. "Si potrebbe tornare ad essere un bel viale parigino" pieno di decoro, dove il

passaggio non si trasformi in disordine, dice il bisnipote di Fausto - Matteo, 46 anni (a destra nella foto sotto n.d.r.) - che è un cappellaio per niente "matto" e molto moderno.

La Cappelleria Mutinelli a Milano in corso Buenos Aires

di Carlo Sangalli (*)

C'è un vecchio proverbio che dice "a chi ha testa non manca cappello". Ma, effettivamente, al giorno d'oggi, anche per avere una cappelleria ci vuole una bella testa. Perché il cappello, questo capo di abbigliamento raffinato e senza tempo, rappresenta una scelta di mercato desueta, da portare avanti con coraggio e soprattutto tanto mestiere. Non è un caso che le storiche produzioni francesi e inglesi di cappelli non esistano praticamente più: resiste solo, tenace, il Made in Italy. E, a Milano, appoggiata tra via Lazzaro Papi e corso Buenos Aires, si trova la Cappelleria Mutinelli, quattro generazioni di cappellai italiani dal 1888 ad oggi. Mutinelli non è solo un negozio, la sua insegna è una colonna portante del corso - nel suo frenetico passaggio di



clienti, di nuove aperture e chiusure - e anche dell'associazionismo di zona, in Ascobaires-Confcommercio. Persino l'edi-

Perché Matteo Mutinelli ha ereditato da suo padre, e prima ancora da suo nonno, un cognome, un negozio, scaffalature bellissime e persino i fornitori. Eppure Matteo ha saputo innovare: in lui c'è la consapevolezza del valore del Made in Italy, c'è tutta l'esperienza di una bottega storica ed un uso intelligente dell'innovazione. I suoi clienti sono sempre più stranieri, ma Mutinelli non fa commercio su internet: ha costruito o una bella vetrina on-line, poi i clienti vengono pazientemente da tutto il mondo a provare i cappelli e a trovare il pezzo giusto per la loro testa. Solo così si può resistere altri 135 anni in uno dei corsi più affollati e dinamici di Milano. E a chi dice (come l'Alice di Carroll) "è impossibile", il Cappellaio risponde sempre: "Solo se pensi che lo sia".

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



Unioneinforma - settembre 2014 - n. 8 - anno 20 (questo numero è stato ultimato il 4 settembre)



*Un'istituzione pubblica
"delle imprese e per le imprese":
documento condiviso
da commercianti, artigiani, industriali,
consumatori, sindacati, professionisti*

della Lombardia, Confconsumatori, Confservizi Cispel Lombardia, Consulta provinciale delle professioni Milano, Cdo Milano, Cgil - Cisl - Uil, Cna Milano, Confartigianato Milano e Alto Milanese, Federconsumatori, Lega Consumatori, Legacoop Lombardia, Movimento Consumatori, Movimento difesa del cittadino, Unione artigiani della provincia di Milano e Monza-Brianza. Il Manifesto indica la via della riforma con l'accorpamento tra

Il mondo economico milanese ha risposto all'azione governativa sulle Camere di commercio (vedi anche *Unioneinforma* di luglio agosto a pag. 4 n.d.r.). E' stato condiviso un "Manifesto di tutte le imprese unite a favore di una istituzione utile fatta dalle imprese per le imprese". Il documento è stato pre-

sentato dalle Associazioni di categoria milanesi nel corso di un consiglio straordinario allargato alle Associazioni, in Camera di commercio di Milano.

Tra i firmatari del Manifesto i rappresentanti di

tutto il mondo economico del territorio: commercianti, artigiani, industriali, consumatori, sindacati e professionisti. Con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e



Manifesto del mondo economico/associativo milanese

"Rilanciare, non indebolire la Camera di Commercio"

Brianza hanno firmato: Acai, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Alsea, Apamcartigiani, Assimpredil Ance, Assolombarda, Casartigiani, Cittadinanza attiva

▲ **Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano**

Camere di commercio. "Dal mondo economico milanese - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano (e di Confcommercio) - arriva un segnale chiaro sulla necessità di rilanciare le Camere di commercio; istituzioni utili che devono essere miglio-

segue a pag. 5 ▶ ▶ ▶

Il Manifesto a favore della Camera di Commercio

Punti per un miglioramento strutturale e ridefinizione del ruolo delle Camere di Commercio

Premesse:

Le Camere di Commercio rappresentano un esempio positivo dell'unico ramo della Pubblica Amministrazione governato direttamente dal mondo delle imprese. Sono fortemente innovative nella governance (con la partecipazione diretta delle parti sociali tramite le loro rappresentanze) e realizzano una forma di democrazia economica partecipata tra le diverse componenti dei sistemi economici locali.

Il sistema camerale costituisce uno strumento essenziale per lo sviluppo delle economie territoriali, anche in ambito internazionale, e assicura trasparenza, sicurezza e legalità dell'agire economico.

In Italia, a fronte di un costo medio annuale per impresa di 109 euro, il sistema camerale attiva interventi che valgono circa 2,5 miliardi di euro.

Molte Camere di Commercio, fra cui quella di Milano, rappresentano un'eccellenza ed un esempio virtuoso di Ente pubblico in grado di sostenersi e di restituire al territorio, in un'ottica di sussidiarietà, la maggior parte della "tassa di scopo" che riceve dalle imprese (il grado di restituzione supera il 60% del diritto annuale incassato). In questo modo ha attivato sul territorio un effetto moltiplicatore in termini di contributi diretti utili ad accrescere la competitività delle imprese (bandi, Confidi, etc) e di sostegno alle realtà territoriali (sistema universitario, Scala, Triennale, Piccolo Teatro, Expo, etc).

La Camera gestisce con alti livelli di efficienza, tempestività e telematizzazione il Registro delle Imprese.

Gli standard raggiunti dalla Camera di Commercio di Milano potrebbero costituire un riferimento per tutto il sistema camerale nazionale.

I firmatari, considerato il momento storico, ritengono necessario procedere a riforme strutturali di razionalizzazione verso una sempre maggiore efficienza della P.A.

Le rappresentanze economiche e sociali di Milano chiedono quindi:

1. di mantenere l'obbligatorietà di iscrizione da parte delle imprese così da salvaguardare il ruolo delle Camere di tutela e regolazione del mercato come "Pubblica Amministrazione per le imprese" e, parallelamente, di mantenere in capo alle Camere la gestione del Registro Imprese senza ipotesi di trasferimento al MISE. Ogni trasferimento può implicare confusione, lentezza e peggioramento del servizio e allontanamento del servizio stesso dalle imprese del territorio.
2. che la riduzione del diritto annuale (art.28 DL 90/2014) sia eliminata o graduata nel tempo;
3. che l'intervento sul diritto annuale sia raccordato ad una riforma organica, profonda e complessiva delle Camere di Commercio, da realizzare in tempi brevi, basata sui seguenti elementi:
 - accorpamenti volontari delle Cciao e centralizzazione di funzioni e servizi entro tempi determinati con riferimento a parametri oggettivi (es. numero imprese gestite), passando al commissariamento dove non siano conseguiti i risparmi stabiliti.
 - Definizione di schemi trasparenti di budget e rendiconti delle prestazioni standardizzate per migliorare la leggibilità dell'attività e creare uno strumento di benchmark tra le diverse Camere d'Italia.
 - Razionalizzazione del portafoglio servizi, in una logica di sussidiarietà con le Organizzazioni di rappresentanza delle imprese e delle professioni, da una parte riducendo i servizi già erogati sul mercato (es. le attività di formazione) e, dall'altra parte, sviluppando funzioni e servizi prevalentemente a carattere amministrativo, che possono sfruttare l'alto livello di digitalizzazione raggiunto da alcune Camere (vedi Sportello unico telematico per le attività produttive) e presidiare funzioni che attualmente sono svolte da altri soggetti pubblici (es. le Camere di Commercio potrebbero assumere competenze provinciali sulle agenzie di collocamento e funzioni oggi svolte dalle Province per il mercato del lavoro).
 - Razionalizzazione delle Aziende Speciali e Società Consortili su base per lo meno regionale e avvio di un processo di dismissioni delle partecipazioni non funzionali al ruolo delle Camere, che consenta di liberare risorse per le imprese, salvaguardando l'occupazione.
 - Focalizzazione degli interventi della Camera su progettualità rilevanti per ambito considerato, attori/categorie economiche coinvolte, dimensione minima finanziaria.



Il buono tutto Italiano

Pellegrini Card è una divisione della Pellegrini, società leader da 50 anni nel campo della ristorazione e dei servizi alle Aziende. Se hai un'azienda o sei un libero professionista, potrai gratificare dipendenti e collaboratori con la possibilità di pranzare o fare la spesa in uno dei 55.000 esercizi convenzionati.

In Pellegrini Card abbiamo una mission molto chiara, che mette al centro del nostro progetto la sostenibilità per tutti:

Lavoriamo ogni giorno perché tutti - Clienti, Utilizzatori, Esercenti - scelgano, utilizzino e accolgano il buono con il sorriso.

E per raggiungere questo obiettivo promuoviamo la ricerca e l'innovazione nel servizio, sempre nell'interesse di tutti coloro che sono coinvolti nel processo e salvaguardando l'ambiente che ci circonda.

Scopri i vantaggi



consulta il sito www.unionemilano.it
per scoprire i vantaggi a te dedicati

Per ogni informazione

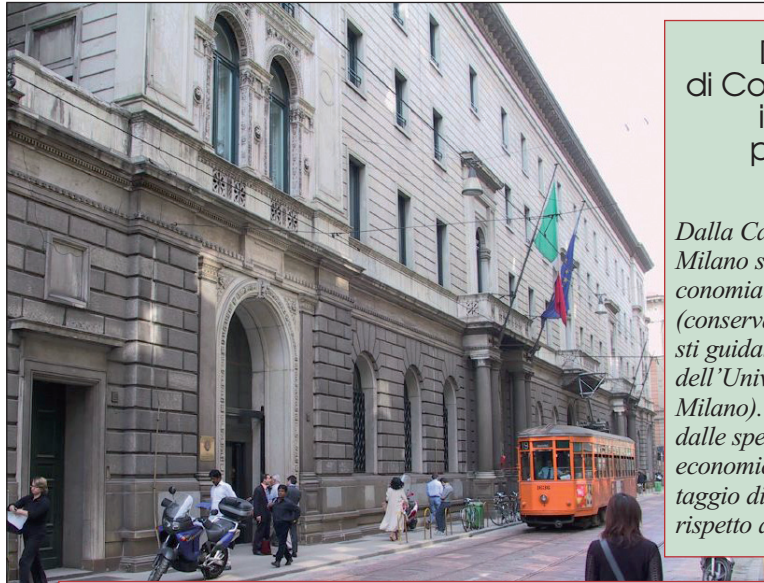
Pellegrini spa
Divisione Buoni Pasto
02.89130.519 - 02.89130.523
sviluppo.card@gruppopellegrini.it

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

Manifesto...

▶▶▶ segue da pag. 2

rate, ma non certo indebolite come invece prevede il Governo. La Camera di commercio di Milano offre servizi e sostegno alle imprese e al territorio ed è impegnata in numerosi progetti, il più importante dei quali è certamente Expo 2015. Tutti questi investimenti adesso rischiano di essere annullati o fortemente ridotti. La strada, come indica il manifesto firmato da tutte le rappresentanze economiche e sociali di Milano, è quella di una riforma migliorativa del sistema camerale con accorpamenti tra Camere di commercio in una logica di maggior risparmio ed efficienza. Sarebbe paradossale tagliare l'unico ramo della Pubblica amministrazione gestito dalle imprese per le imprese. Le Camere di commercio italiane sono un patrimonio del Paese e fanno parte della soluzione, non del problema”.



Dalla Camera di Commercio di Milano indotto annuo per l'economia di 850 milioni

Dalla Camera di commercio di Milano si genera un indotto per l'economia di 850 milioni: la stima (conservativa) è di un pool di analisti guidati dal professor Luigi Curini dell'Università degli Studi di Milano). Un indotto che è generato dalle spese dirette, degli interventi economici ad alta intensità, del vantaggio di "efficienza burocratica" rispetto alle altre amministrazioni.

Alcuni numeri della Camera di Commercio di Milano

- ✓ Circa 40 milioni all'anno di interventi economici diretti a sostegno dell'economia del territorio
- ✓ 286 mila imprese iscritte, attive.
- ✓ Circa mille e cinquecento pratiche gestite ogni giorno con le imprese (con risparmi di tempi, la prima amministrazione online con uso della firma digitale).
- ✓ Nel 2013, 290 mila atti telematici delle imprese e 104.408 bilanci telematici gestiti.
- ✓ Più di 10 milioni di euro di contributi alle imprese attraverso bandi pubblici.
- ✓ Quattro aziende speciali per la competitività delle imprese (internazionalizzazione, innovazione, giustizia alternativa, formazione).

Confcommercio Lombardia: BreBeMi esempio concreto di investimento a beneficio delle imprese svolto dalle Camere di Commercio

La recente inaugurazione di BreBeMi, lo ha sottolineato Confcommercio Lombardia, è una notizia importante per le imprese lombarde (l'opera consentirà di velocizzare il trasporto delle merci - a regime BreBeMi sarà percorsa da 60mila veicoli ogni giorno - alleggerendo anche del 60% il traffico dei veicoli pesanti lungo gli attuali principali itinerari di attraversamento). Ed è anche di un esempio concreto del ruolo positivo svolto dalle Camere di Commercio sul territorio. BreBeMi è stata, infatti, promossa - fin dall'avvio dell'idea progettuale - dalle Camere di Commercio di

Brescia, Bergamo, Milano e Cremona che in questi anni hanno dato un contributo fondamentale per l'avvio e la realizzazione dell'opera. "Soltanto nel 2013 - ha detto Renato Borghi, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia - le



▲ Renato Borghi

Camere di Commercio lombarde hanno 'restituito' in contributi economici per oltre 103 milioni di euro i proventi dei diritti versati dalle imprese: per opere infrastrutturali, innovazione, attrattività dei territori, accesso al credito. Sempre in stretto coordinamento con la Regione e avendo come obiettivo preciso la competitività e lo sviluppo dell'economia lombarda”.

Gli ultimi dati Istat confermano quanto già anticipato dall'Indicatore consumi di Confcommercio. Le misure prese fino ad oggi non hanno prodotto gli effetti sperati

Consumi e fiducia delle imprese La ripresa non c'è ancora

I dati Istat di fine agosto hanno confermato quanto era già stato anticipato dall'ICC (Indicatore consumi) di Confcommercio: le misure prese fino ad oggi non hanno prodotto gli effetti sperati sui consumi e non sono state idonee a sostenere la fiducia delle famiglie, in calo anche ad agosto. Lo ha rilevato l'Ufficio Studi di Confcommercio: il permanere di elementi di difficoltà delle famiglie, la mancata ripresa dei consumi, l'andamento del Pil (Prodotto interno lordo) nella prima metà dell'anno, hanno comportato anche un deterioramento del clima di fiducia delle imprese nel mese di agosto, tendenza - spiega Confcommercio - che ha interessato gli operatori di tutti i settori. Secondo Confcommercio, l'ultima parte di questo 2014 presumibilmente mancherà "l'appuntamento con la ripresa economica, confermando, dunque, l'urgenza di interventi più incisivi che ridiano fiducia ad imprese e famiglie e si traducano in un effettivo miglioramento della domanda".



I dati Istat



Fiducia. Ad agosto l'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane è sceso di oltre due punti (da 90,8 a 88,2 - base 2005=100).

Il calo dell'indice complessivo è dovuto al peggioramento della fiducia delle imprese di tutti i settori, manifatturiero, dei servizi di mercato, delle costruzioni e del commercio al dettaglio. L'indice del clima di fiducia delle imprese manifatturiere scende a 95,7 da 99,1 di luglio.

L'analisi del clima di fiducia per raggruppamenti principali di industrie (Rpi) indica peggioramenti per i beni di consumo (da 98,0 a 94,8), per i beni intermedi (da 101,7 a 97,0) e per i beni strumentali (da 97,0 a 95,7).

L'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione scende a 77 da 83 di luglio. Peggiorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (da -45 a -48) sia le attese sull'occupazione (da -14 a -22).

Per quanto riguarda le imprese di servizi, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia scende a 87,5 da 92,3 di luglio. Il saldo dei giudizi sugli ordini passa da -5 a -11, sale leggermente (da -6 a -5) quello relativo alle attese; si contraggono le aspettative sull'andamento dell'economia in generale (da -24 a -33).

Nel commercio al dettaglio, l'indice del clima di fiducia scende a 98,3 da 101,4 di luglio. La fiducia peggiora sia nella grande distribuzione (da 101,0 a 97,2) sia in quella tradizionale (da 102,7 a 99,3).

Vendite. Nel giugno di quest'anno l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) è restato invariato rispetto al mese precedente. Nella media del trimestre aprile-giugno 2014, l'indice ha mostrato una flessione rispetto ai tre mesi precedenti (-0,2%).

Nel confronto con maggio 2014, le vendite di prodotti alimentari hanno segnato un lieve aumento (+0,1%) mentre quelle di prodotti non alimentari un leggero calo (-0,1%).

Rispetto al giugno del 2013, l'indice grezzo del valore totale delle vendite registra una diminuzione del 2,6%. Variazioni tendenziali negative si sono registrate sia per le vendite di prodotti alimentari (-2,4%) sia per quelle di prodotti non alimentari (-2,8%).

La diminuzione delle vendite ha riguardato le imprese della grande distribuzione (-1,3%) ed ancor più le superfici più piccole (-3,9%).

Nel primo semestre di quest'anno, l'indice grezzo è diminuito dell'1% rispetto allo stesso periodo del 2013. Le vendite di prodotti alimentari hanno segnato una flessione dello 0,7% e quelle di prodotti non alimentari dell'1,1%.

Galbiati

A R R E D A



ADIMEMBER



Poliform

ALIVAR arflex Artemidè arper Caimi calligaris Campeggi CASAMANIA
DEDON' DESALTO désirée divani driade elam Euromobil FIAM ITALIA FLYFORM
FLOS flou FontanaArte FUTURA GAGGENAU GLAS Kartell MERIDIANI
Minotti D à NATEVO PAOLA ZENTI PENTA Poliform Poltrona Frau porada
Rimadesio R O D A Tisettanta Tonelli Varenna Poliform Y YCAMI Zalf zanotta

AI SOCI DI CONFCOMMERCIO RISERVIAMO UN TRATTAMENTO PARTICOLARE
GRAZIE ALLA CONVENZIONE ESCLUSIVA STIPULATA
maggiori informazioni presso i nostri showroom

P R O G E T T A R I S T R U T T U R A P E R S O N A L I Z Z A

MILANO

MAIN SHOWROOM

CORNER flou

V.le Certosa, 21 - tel. 0233001254 r.a. - fax 0233005952

Via Pier Capponi, 3 - tel. 0248008338 - fax 0236568416

HONG KONG

Galbiati

IN
STILE

Suite 1515, 15/F One Island South, 2 - Heung Yip Road, Wong Chuck Hang

www.galbiatiarreda.com - info@galbiatiarreda.com



Lea Car

S.R.L.

La professionalità di una Concessionaria che garantisce un servizio a 360 gradi, dall'acquisto del veicolo, alla riparazione con fornitura di ricambi originali, servizio di carrozzeria e di assicurazione.

**DA SETTEMBRE anche a
SARONNO Via Varese, 2**

Vendita e Assistenza: Via Varese, 2 Saronno (Va) - 02 87089150
Vendita e Sede Legale: Via Meucci, 2 Solaro (Mi)
www.lea-car.com - info@lea-car.com

Dino Abbascià, presidente Fida Confcommercio: "le buone ragioni hanno prevalso"



▲ *Dino Abbascià, presidente Fida Confcommercio (Federazione italiana dettaglianti alimentazione) e presidente del Sindacato milanese dettaglianti ortofrutta*



Stralciata la norma sulla vendita diretta agli agricoltori

Stralciata dal decreto sulla competitività la norma che prevedeva l'estensione agli agricoltori della vendita diretta al di fuori della propria azienda.

"Le buone ragioni hanno prevalso" ha commentato Dino Abbascià, presidente di Fida Confcommercio (la

Federazione italiana dei dettaglianti dell'alimentazione). Si sarebbe infatti avuta una "contraddizione stridente, un paradosso che, in una situazione in cui la crisi ancora persiste, avrebbe danneggiato e messo in seria difficoltà le piccole imprese della distribuzione commerciale".

Il "dietrofront" sull'abolizione del limite del contante

A fine luglio un emendamento presentato al Senato sempre nell'ambito del decreto competitività stabiliva che le persone fisiche con cittadinanza e residenza in uno dei Paesi Ue o dello Spazio economico europeo non sarebbero più state soggette alla limitazione dei pagamenti in contanti (999,99 euro), ma avrebbero potuto fare riferimento ai limiti per il trasferimento di denaro contante vigente nel proprio Paese di origine.

Ma alla Camera si è poi compiuto il "dietrofront" con l'abrogazione di questo

emendamento ritornando al limite dei pagamenti in contanti per tutti. Un vero e proprio passo di gambero secondo Confcommercio: "L'abrogazione della norma introdotta in Senato in materia di deroghe al limite per l'utilizzo del contante da parte dei soli cittadini di Paesi dell'Unione europea e dello Spazio economico europeo testimonia che non se ne sono comprese le ragioni": le imprese non potranno operare in un regime di maggiore concorrenzialità. Reazioni negative anche da parte di Fiavet (agenzie di viaggio) e Federalberghi.

E Giuseppe Aquilino, presidente di Federpreziosi Confcommercio, ha espresso la sua forte delusione: "Quella dei 1.000 euro è una limitazione dannosa che riduce la competitività delle nostre imprese rispetto a quelle comunitarie e che avrà ripercussioni negative in tutti i settori del commercio. La revisione della soglia imposta può essere un utile strumento di ripresa per porci alla pari con altri Paesi europei che, fatto salve poche eccezioni, hanno il solo obbligo di rispettare la soglia comunitaria di 15.000 euro".

ALL INCLUSIVE UNLIMITED PER PARTITA IVA

29€
AL MESE

**TUTTO ILLIMITATO VERSO TUTTI
INTERNET POWERED 2 GIGA**

NO TAX



NEI NEGOZI DI
RHO
CORSO GARIBALDI 63
MEDA
VIA ROMA 6
MONZA
CORSO MILANO 46
LODI
CORSO UMBERTO I 21

PREZZI IVA ESCLUSA. OFFERTA PER RICARICABILE, SENZA TASSA DI CONCESSIONE GOVERNATIVA. ATTIVABILE ENTRO IL 05/10/2014. DOPO 2 GIGA VELOCITÀ MAX 32KBPS. TRAFFICO ILLIMITATO SALVO USO CONTRARIO A BUONA FEDE E CORRETTEZZA. CONTRIBUTIVO ATTIVAZIONE 50€ IVA INCLUSA SCONTATO DEL 100% CON SIM ATTIVA 12 MESI. PER COSTI E CONDIZIONI CONSULTA I MATERIALI DEDICATI NEI NEGOZI WIND O VAI SU WIND.IT



L'iniziativa di Confcommercio "Insieme per la Sicurezza" con Confcommercio Milano, Scuola Superiore, Università Bicocca, Poste Italiane

Indagine sulla criminalità a Milano e nell'area metropolitana: migliaia i questionari già ricevuti

Le migliaia di schede finora ricevute per l'indagine "Insieme per la Sicurezza", vero e proprio censimento sui fenomeni della criminalità a Milano e nell'area metropolitana (vedi *Unioneinforma* di luglio agosto a pag. 3 n.d.r.) sono state consegnate all'Università degli Studi di Milano Bicocca (Dipartimento di Statistica e

E prosegue la raccolta delle altre schede in arrivo

Metodi Quantitativi) per avviare la prevista raccolta dei dati e loro organizzazione. E prosegue la raccolta delle altre schede in arrivo (che verranno successivamente aggiunte per l'analisi complessiva dei dati).

L'iniziativa "Insieme per la Sicurezza" ha come promotore e finanziatore Confcommercio (con la Commissione Politiche per la Sicurezza e la Legalità) in partnership con Confcommercio Milano, la Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni (l'ente formativo che fa riferimento alla Confcommercio milanese), l'Università degli Studi di Milano

Bicocca e Poste Italiane (che ha provveduto alla spedizione dei questionari). Il questionario (spedito non solo in lingua italiana, ma anche in arabo, ci-



▲ **Luca Squeri, presidente della Commissione Politiche per la Sicurezza e la Legalità di Confcommercio**



nese, spagnolo, inglese e francese) è stato indirizzato alle attività "su strada", cioè a quelle potenzialmente più esposte ai rischi della criminalità. Ricordiamo che il questionario sulla criminalità può essere riconsegnato oltre che per posta con la busta preaffrancata, anche inserendolo nell'apposita urna collocata all'ingresso della Confcommercio milanese (corso Venezia 47) o presso le Associazioni territoriali Confcommercio della provincia di Milano (l'area interessata all'indagine).



"Ambassador" di Expo: sul sito di Confcommercio Milano il modulo di adesione

Sul sito di Confcommercio Milano (www.unionemilano.it: dall'home page - foto) c'è il modulo di adesione per diventare "Ambassador" di Expo 2015: infopoint e punto di riferimento per visitatori e turisti per Expo Milano 2015 ed Expo in città. Le imprese riceveranno l'attestato di "Ambasciatore di Expo in Città" dopo aver sottoscritto il decalogo per una "Grande Milano a tripla A: aperta, attrattiva, accogliente" (scaricabile dal sito).



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

Prosegue il monitoraggio "Stacco Italia Accise" di Assopetroli-Assoenergia in collaborazione con Figisc Anisa Confcommercio

L'anomalia tutta italiana di benzina e gasolio con un fisco da record europeo

E' proseguito da parte di Assopetroli-Assoenergia, con la collaborazione di Figisc Anisa Confcommercio, il monitoraggio "SIA - Stacco Italia Accise" (accise e Iva) con la rilevazione dei prezzi del differenziale sul costo dei carburanti al consumo tra Italia e resto d'Europa (Europa a 28 Paesi). L'obiettivo dell'iniziativa è quello di promuovere la più ampia diffusione dei dati al fine di generare, nelle istituzioni pubbliche e nei consumatori - ricorda Assopetroli - una maggiore consapevolezza "dell'anomalia italiana" rappresentata da un carico fiscale eccessivo sui carburanti. Peso fiscale che nel mese di agosto è stato pari al 60,32% del prezzo al consumo per la benzina verde.

Il dato che però colpisce - rileva Assopetroli - è che nel solo differenziale il 90,94% per la benzina e il 98,37% per il gasolio è costituito da tasse. Ad agosto il consumatore italiano ha pagato in media la benzina 27,6 euro cent/litro e il

gasolio 24,5 euro cent/litro in più che nel resto d'Europa. Sulla base dei dati forniti dalla Commissione Europea e dal MISE (Ministero dello sviluppo economico) la media aritmetica per agosto del prezzo al consumo praticato nei 28 Paesi Ue ha evidenziato come sul prezzo italiano della benzina più alto di 27,6 euro cent/litro, 25,1 sia dovuto a maggiori



imposte (accise e Iva) e solo 2,5 ad un maggiore prezzo industriale. Situazione ancora peggiore per quanto riguarda il gasolio: del prezzo italiano più alto di 24,5 euro cent/litro rispetto alla media europea, ben 24,1 è dovuto alle maggiori imposte (accise e Iva) e solo lo 0,4 ad un maggiore prezzo industriale.

Ultima rilevazione: 25/8/2014	BENZINA			GASOLIO		
	Media U.E. 28	Italia	Stacco	Media U.E. 28	Italia	Stacco
Prezzo industriale	€ 0,664	€ 0,687	€ 0,023	€ 0,701	€ 0,706	€ 0,005
Imposte	€ 0,803	€ 1,054	€ 0,251	€ 0,670	€ 0,912	€ 0,242
Prezzo finale	€ 1,467	€ 1,741	€ 0,274	€ 1,371	€ 1,618	€ 0,247
Media Agosto	Media U.E. 28	Italia	Stacco	Media U.E. 28	Italia	Stacco
Prezzo industriale	€ 0,669	€ 0,694	€ 0,025	€ 0,705	€ 0,709	€ 0,004
Imposte	€ 0,804	€ 1,055	€ 0,251	€ 0,671	€ 0,912	€ 0,241
Prezzo finale	€ 1,473	€ 1,749	€ 0,276	€ 1,376	€ 1,621	€ 0,245
Media anno 2014	Media U.E. 28	Italia	Stacco	Media U.E. 28	Italia	Stacco
Prezzo industriale	€ 0,668	€ 0,682	€ 0,014	€ 0,712	€ 0,719	€ 0,007
Imposte	€ 0,803	€ 1,052	€ 0,249	€ 0,670	€ 0,913	€ 0,243
Prezzo finale	€ 1,471	€ 1,734	€ 0,263	€ 1,382	€ 1,632	€ 0,250
Peso fiscale su prezzo al consumo al 25/8/2014	54,74%	60,54%	91,61%	48,87%	56,37%	97,98%
Peso fiscale su prezzo al consumo media AGOSTO 2014	54,58%	60,32%	90,94%	48,76%	56,26%	98,37%
Peso fiscale su prezzo al consumo media anno 2014	54,59%	60,67%	94,68%	48,48%	55,94%	97,20%

Nota: Per la determinazione del prezzo industriale e dell'onere delle imposte sulla benzina, per l'Italia si è aggiunto all'accisa statale di base il valore ponderato nazionale delle addizionali regionali di accisa su tale prodotto, che grava sul 33,26% dei consumi complessivi, per un valore ponderato di 0,009 euro/litro.

Elaborazione Assopetroli-Assoenergia in collaborazione con Figisc Anisa su dati Oil Bulletin e MISE al 31/8/2014

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 2014 le annualità si riferiscono agli anni 2012/2013/2014).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

E' la Federazione tra consorzi e cooperative di garanzia collettiva fidi di Confcommercio

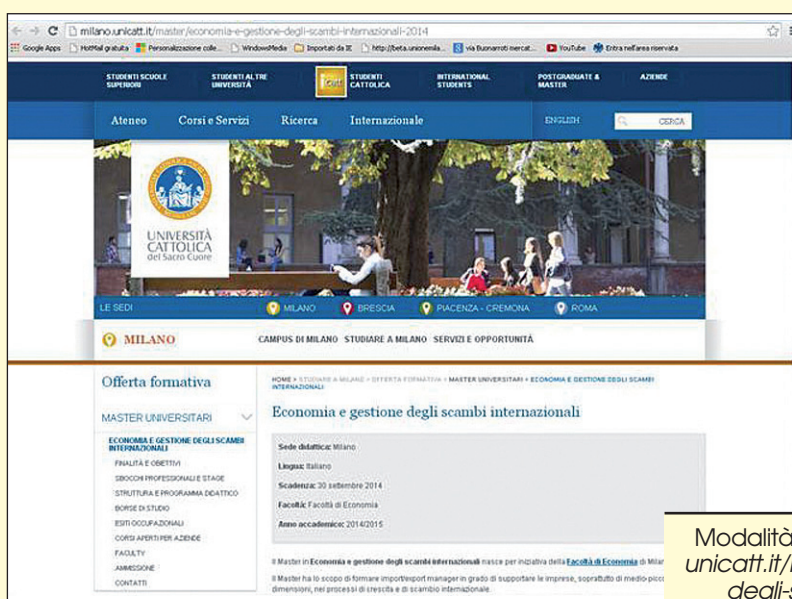
Paolo Ferrè (foto) è il nuovo presidente di Federascomfidi, la Federazione tra consorzi e cooperative di garanzia collettiva fidi di Confcommercio. Ferrè, presidente di Fidicomet (il fondo di garanzia fidi di Confcommercio Milano) succede ad Aldo Poli. Aderiscono a Federascomfidi 58 confidi con un volume di affidamenti di oltre 5 miliardi e garanzie collettive per 2,5 miliardi di euro. Nel Consiglio direttivo sono fra l'altro presenti Carlo Alberto Panigo (presidente del Consiglio di sorveglianza di Asconfidi Lombardia e vicepresidente di Confcommercio Milano), Dino Abbascià (presidente



Credito: Paolo Ferrè presidente Federascomfidi

Fida, Federazione italiana dettaglianti alimentazione) e Riccardo Martinelli (presidente

Fogalco, la cooperativa di garanzia fidi dell'Associazione commercianti di Bergamo).



Nuova edizione del Master universitario "Economia e gestione degli scambi internazionali"

e gestione degli scambi internazionali" promosso dall'Università Cattolica di Milano (Facoltà di Economia) in collaborazione con Aice (Associazione italiana commercio estero), Confcommercio e con il supporto della Scuola Superiore (l'istituzione formativa che fa riferimento a Confcommercio Milano).

Il Master - 1.500 ore per 60 crediti formativi - prende avvio il 23 ottobre per terminare nel novembre del prossimo anno: si rivolge a laureati in discipline economiche, giuridiche e sociali e vengono formati import/export manager per supportare le imprese (soprattutto pmi). (SM)

Modalità di iscrizione su <http://milano.unicatt.it/master/economia-e-gestione-degli-scambi-internazionali-2014>

Fino al 30 settembre sono aperte le iscrizioni alla quinta edizione 2014/2015 del Master universitario di primo livello "Economia

e gestione degli scambi internazionali" promosso dall'Università Cattolica di Milano (Facoltà di Economia) in collaborazione con Aice (Associazione italiana commercio estero), Confcommercio e con il supporto della Scuola Superiore (l'istituzione formativa che fa riferimento a Confcommercio Milano).

Unione Confcommercio e "Le sale dell'arte"

Palazzo Bovara
(Circolo del Commercio)
a Milano
in corso Venezia 51 ▶



Palazzo Bovara
(Circolo del Commercio)
"casa" della cultura

Palazzo Bovara a Milano in corso Venezia 51, il Circolo del Commercio di Unione Confcommercio, "casa" della cultura con iniziative, ancor più in un momento generale di difficoltà, che possano generare fiducia e testimoniare come la cultura rappresenti per le imprese un valore aggiunto. In quest'ottica va inquadrata l'iniziativa (con la Consulta della Cultura di Unione Confcommercio) che ha visto Palazzo Bovara, nei mesi estivi, aprire le proprie porte agli artisti con "Le sale dell'arte", percorso di tre mostre con tre affermati pittori: Pierantonio Verga, Emanuele Gregolin e Giovanni Cerri. Tre artisti per tre temi: la casa

(Pierantonio Verga), le stanze (Emanuele Gregolin), la città (Giovanni Cerri).
"Iniziativa espositiva - come ha scritto il critico d'arte professor Stefano Crespi - in una riflessione



▲ Pierantonio Verga



◀ Il critico d'arte professor Stefano Crespi



▲ Giovanni Cerri

ne, in un accostamento alla contemporaneità".

(immagini dei protagonisti de "Le sale dell'arte" di Benedetta Borsani e Anna Luccisano)



▲ Emanuele Gregolin

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

Sveso - 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



Per iscriversi compilare sul sito di Confcommercio Milano la scheda di iscrizione on line:
http://www.unionemilano.it/it/formazione/formazione/catalogo_corsi/form.html

che reali. Il ciclo di seminari è adatto sia a chi non ha mai affrontato i temi proposti, sia a chi ha già delle conoscenze di base e si rivolge a imprenditori e addetti al marketing e alle vendite di piccole e medie imprese/esercizi commerciali.

Web marketing e vendite on line Seminari gratuiti di Unione Confcommercio

Con Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza parte un percorso di seminari gratuiti per tutti gli associati, con l'obiettivo di suggerire come poter sfruttare al meglio gli strumenti digitali per generare contatti commerciali e vendite di più. Tra i vantaggi offerti quest'anno a tutti i soci sono presenti soluzioni per entrare in questo nuovo canale di vendita. Ogni incontro si focalizza su un aspetto diverso del web marketing: partendo dalla definizione delle giuste strategie da adottare, per poi entrare nel dettaglio di ogni singola attività e delineare come agire per ottenere concreti risultati ed aumentare il fatturato.

Ogni seminario punta a dare una visione completa dell'argomento trattato con l'opportunità di valutare casistiche

riportiamo - vedi la scheda sotto - i successivi appuntamenti.

Gli incontri si svolgono a Milano presso la sede di Unione Confcommercio (corso Venezia 47) e sono realizzati grazie al contributo di Wave Srl. Dopo il primo seminario, in programma in questo mese il 22 (Strategie di marketing digitale per incrementare le vendite),



- 6 ottobre**
e-Commerce o non e-Commerce? Questo è il problema
- 20 ottobre**
I Social Media (Facebook, Twitter...) fanno vendere
- 10 novembre**
Sfruttare le Email per incrementare le vendite
- 24 novembre**
Fatti trovare dai clienti proprio quando hanno bisogno del tuo prodotto!

*Confcommercio Milano
si è fortemente impegnata
per questa soluzione*



Commercianti sotto sfratto dei mezzanini nella metropolitana milanese: un accordo-ponte per restare fino al 28 febbraio 2016

Una soluzione-ponte che Confcommercio Milano ha fermamente voluto e per la quale si è fortemente impegnata, a tutela degli operatori commerciali che lavorano nei mezzanini della metropolitana milanese e il cui contratto di affitto era in scadenza.

E' l'intesa - tra il Comune di Milano (proprietario degli spazi commerciali nei mezzanini della Metropolitana), Confcommercio Milano e le altre organizzazioni coinvolte (tra cui Snag, il

Sindacato degli edicolanti e Fit, la Federazione tabaccai) grazie alla quale ogni singolo commerciante-conduttore di attività nei mezzanini della metropolitana può firmare l'accordo transattivo con Atm.

Con l'accordo i commercianti interessati restano nei locali commerciali utilizzati fino al 28 febbraio 2016 mediante



l'adesione ad una procedura di conciliazione presso la Camera di Commercio di Milano (foto sotto). Il canone di

locazione viene sostituito da un'indennità di occupazione (rivalutata annualmente secondo i parametri Istat): a garanzia di pagamento di quest'indennità è stata prevista a favore di Atm una

fideiussione bancaria. Dal Comune di Milano vi è l'impegno affinché Atm, nell'ambito della procedura ad evidenza pubblica per la riassegnazione degli spazi che verrà bandita nel 2016, garantisca ai commercianti-conduttori in regola il diritto di prelazione.

Contrasto all'illegalità

Collaborazione tra Comune e Confcommercio Milano per valorizzare l'Unità reati predatori della Polizia locale milanese

Collaborazione tra Comune di Milano (assessorato a Sicurezza, coesione sociale, polizia locale)

e Confcommercio Milano con l'obiettivo di valorizzare l'attività dell'Unità reati predatori della Polizia locale milanese nel contrasto dell'illegalità. Quest'Unità speciale lavora in borghese, con discrezione, a stretto contatto dei commercianti (opera attualmente in uno dei principali assi del commercio milanese: da corso Buenos Aires a piazza Castello) pronta a raccogliere ogni segnalazione (furti nei negozi ecc.). Gli agenti della Polizia locale agiscono in flagranza di reato, ma svolgono anche un lavoro di indagine. Per assicurare una maggiore efficienza di intervento l'Unità fornisce

ai negozianti numeri di cellulare per il contatto diretto ed ora è contattabile anche attraverso WhatsApp.

vantaggio anche di chi li frequenta. Abbiamo avuto ottimi risultati: vogliamo condividerli con Confcommercio e

avviare una collaborazione più stretta" ha dichiarato Marco Granelli assessore a Sicurezza, coesione sociale, polizia locale di Palazzo Marino.

"Contribuiremo a diffondere il materiale informativo della Polizia locale" ha spiegato Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano. Peserico ha sottolineato anche la forte attenzione che vi deve essere contro "quelle azioni illegali come la contraffazione e l'abuso che, oltre ad essere

un danno per le imprese, costituiscono un preciso segnale di degrado per la città".



▲ **Marco Granelli, assessore a Sicurezza, coesione sociale, polizia locale del Comune di Milano**



▲ **Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano**

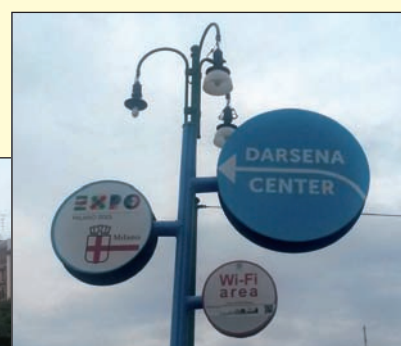
"Da qualche mese abbiamo avviato un'attività sperimentale per la sicurezza e il rispetto della legalità nei negozi a

Milano, Darsena Center infopoint per Expo

Si chiama Darsena Center il nuovo spazio pubblico per milanesi e turisti aperto tutti i giorni dalle 15 alle 23: è in viale Gorizia (di fronte al civico 22) nell'area di cantiere della Darsena.

La struttura, realizzata da Expo 2015 Spa e gestita dal Comune di Milano, ha una triplice funzione: Infopoint sull'Esposizione Universale, centro informazioni sui lavori di riqualificazione della Darsena e di piazza XXIV Maggio, spazio polifunzionale per l'organizzazione di iniziative ed eventi legati ai temi di Expo Milano 2015, a partire dall'energia. Tutta

l'area è dotata di servizio OpenWi-fi Milano, la rete di connessione comunale



il secondo al piano superiore) mostrano alcuni video dedicati ai temi dell'Esposizione Universale e sulle trasformazioni in atto nell'area Darsena/piazza

XXIV Maggio in vista dell'Expo. (foto Darsena Center di Benedetta Borsani).

per navigare gratuitamente e ad alta velocità. Due schermi (il primo al piano terra,



▲ **Taglio del nastro per la nuova sede di Melzo con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, il presidente dell'Associazione territoriale di Melzo Donato Turba (a sinistra) e il sindaco di Melzo Antonio Bruschi (a destra)** - Immagine di Mattia Dognini

Inaugurata a Melzo la nuova sede dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio

Con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli è stata inaugurata a Melzo la nuova sede dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio (vedi *Unioneinforma* di luglio agosto a pag. 28 n.d.r.).

La nuova sede si trova nel passaggio pedonale Filippo Turati 6, angolo via Martiri della Libertà. Una sede – ricorda l'Associazione – facilmente raggiungibile dalle imprese associate: è vicina alla stazione ferroviaria ed alle principali fermate delle linee di autobus di collegamento con i Comuni limitrofi.

Pasticceria Cislaghi a Paderno Dugnano

I 100 anni di Sandro Cislaghi

Il 30 luglio Alessandro Cislaghi – detto Sandro - dell'omonima pasticceria di Paderno Dugnano, ha compiuto 100 anni. A Sandro e alla famiglia Cislaghi le più vive felicitazioni dall'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Desio e dal giornale. Nato nel 1914, Sandro Cislaghi, è stato coinvolto nell'attività di produzione dolciaria dal padre già nel 1926, a soli 12 anni, con i suoi due fratelli e le quattro sorelle. All'inizio degli anni '50 ognuno dei tre fratelli, alla morte del padre Oreste, portò avanti una specializzazione dell'arte appresa. Sandro aprì nel 1956 la "Pasticceria Alessandro Cislaghi", pasticceria all'ingrosso in un edificio su due piani con un vasto bacino di clientela: da Cinisello Balsamo a Saronno. In quegli anni la vendita prevedeva dolci di consumo quotidiano, stagionali ed occasionali per ristoranti e alberghi. Sandro ha tre figli dalla moglie Giaco-

mina Bergamaschini, preziosa aiutante creativa nell'attività: Giordano, Oreste e Claudio. Nel 1962 l'attività diventa interamente di vendita al dettaglio. I figli di Sandro sono determinanti nell'aiutare i genitori; negli anni 80 l'impresa di pasticceria da ditta individuale diviene società in nome collettivo e, al fianco di Sandro e Giacomina, vengono coinvolti i figli Giordano e Claudio (titolari della pasticceria) con le rispettive mogli Pinuccia e Lidia. Oreste, invece, già negli anni '70 aveva deciso di impegnarsi in un'altra attività professionale. Negli anni, all'interno della pasticceria,



▲ **Sandro Cislaghi nella pasticceria di Paderno Dugnano**

si è creato un angolo bar, è stata ampliata l'offerta merceologica con l'aggiunta della produzione di gelateria: il tutto mantenendo sempre alto il livello qualitativo dei prodotti offerti. Caratterizza i dolci della pasticceria Cislaghi anche la cura nella personalizzazione delle confezioni, tanto da rendere ancor più prezioso regalare un dolce Cislaghi. (SM)

Magenta, codice etico contro l'abuso di alcol

Protocollo d'intesa a Magenta per l'adozione di un codice etico di autoregolamentazione contro l'abuso di alcol. Il protocollo è stato firmato dall'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Magenta e Castano Primo (con il presidente Luigi Alemanni), dal Comune di Magenta (con il sindaco Gianmarco Invernizzi) e dall'Asl Milano 1 competente per il territorio. I contenuti del codice etico, la cui adesione è volontaria, verranno illustrati agli operatori interessati. L'adozione dei comportamenti indicati consentirà anche di superare una politica emergenziale di

divieti introducendo una collaborazione tra operatori e istituzioni fondata sulla condivisione e la corresponsabilità.

Il protocollo ha una durata biennale: pone attenzione al rispetto delle norme di legge (Codice della Strada, divieto di somministrazione degli alcolici ai minori

o a chi è in evidente stato alterato o di ebbrezza, orari dei pubblici esercizi, contenimento dei rumori) ed impegna ad assumere modelli di comportamento virtuosi come l'informazione ai clienti del divieto - previsto a Magenta dal Regolamento di Polizia urbana - di consumo di bevande alcoliche su suolo pubblico, in qualsiasi contenitore, dalle 22 alle 6 (eccetto le aree esterne autorizzate

Protocollo d'intesa tra Comune, Associazione territoriale Unione Confcommercio e Asl Milano 1

il locale e quelle frequentate dai propri clienti. O come la realizzazione di iniziative specifiche (dall'alcol test a

zate in concessione ai pubblici esercizi); o la pulizia dell'area esterna prospiciente



▲ **Luigi Alemanni, presidente dell'Associazione territoriale di Magenta e Castano Primo**

una campagna di sensibilizzazione sull'uso responsabile di alcolici).

Con l'adesione al codice etico di autoregolamentazione verrà rilasciato, da Comune e Associazione territoriale, il logo "Magenta piacere di vivere il tempo - Magenta e i suoi giovani" (foto): segno distintivo, da applicare nel locale, della campagna di sensibilizzazione promossa con il protocollo d'intesa.



Ciclo di corsi promosso dal Coordinamento delle Associazioni territoriali Unione Confcommercio: gradimento dell'86%

Un centinaio di titolari e/o dipendenti delle microimprese presenti sul territorio ha partecipato al ciclo di corsi "Il Commercio di Monza e Brianza tra vendita tradizionale e mondo digitale alla sfida di Expo 2015" promosso dal Coordinamento delle Associazioni territoriali Unione Confcommercio in Brianza in collaborazione con la Scuola Superiore (e finanziato dalla Camera di

commercio di Monza e Brianza). Obiettivo delle iniziative - sei corsi per 52 ore con un gradimento dell'86% (emerso dalle risposte positive dei questionari compilati dai partecipanti) - è stato quello di sensibilizzare gli operatori commerciali di Monza e Brianza sulle integrazioni tra negozio tradizionale e negozio digitale, per costruire una strategia promozionale che permetta di cogliere i vantaggi competitivi di entrambi i canali. Nella logica di facilitare il contatto con i

Monza e Brianza Il commercio si prepara a Expo

Commercio di Monza e Brianza). Obiettivo delle iniziative - sei

Paesi partecipanti a Expo 2015, il progetto ha proposto anche lo sviluppo di modalità comunicative, negoziali e promozionali specifiche per alcune aree geografiche. Temi dei corsi: la vetrina virtuale: vendere con il web; il web per comunicare con la Pubblica amministrazione; l'utilizzo della vetrina come strumento di promozione e fide-

Fra i temi le modalità di comunicazione con la clientela straniera e le opportunità d'integrazione fra negozio tradizionale e mondo digitale

lizzazione; come comunicare e promuovere la propria attività con il cliente

straniero; le caratteristiche dei clienti del Medio Oriente; le caratteristiche dei clienti di Sud est asiatico e Cina.



▲ A Villa Sottocasa, a Vimercate, si svolgerà il 6 e 7 dicembre il "Panettone Sottocasa"

A Vimercate ci sarà il "Panettone Sottocasa"

L'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Vimercate e il Distretto del commercio

ViviVimercate hanno in programma la realizzazione di "Panettone Sottocasa", iniziativa alla quale parteciperanno i pasticceri che producono il panettone

"Panettone Sottocasa" si svolgerà all'interno delle sale di Villa Sottocasa a Vimercate, struttura storica di pregio

Il 6 e 7 dicembre nella Villa Sottocasa iniziativa - con i pasticceri che producono il panettone - promossa dall'Associazione territoriale e il Distretto ViviVimercate

messa disposizione dall'Amministrazione comunale, sabato 6 dicembre (dalle 16 alle 20) e

domenica 7 dicembre (dalle 10 alle 19).

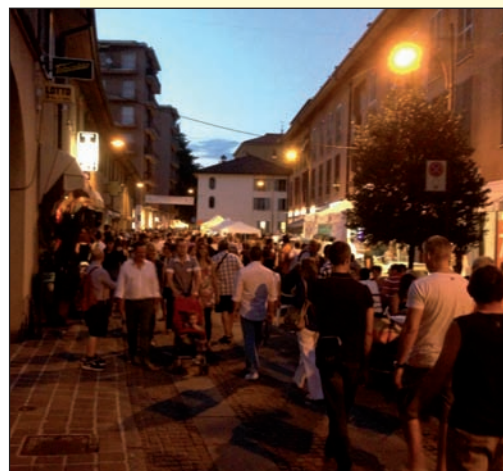
Verrà predisposto un percorso

espositivo e vi sarà la vendita dei panettoni direttamente dal produttore con la degustazione del panettone classico e di panettoni dai sapori nati dalla fantasia dei pasticceri stessi (con abbinamenti di vini e creme o gelati offerti).

Successo della Notte Bianca vimercatese

Pieno successo della quarta edizione della Notte Bianca di Vimercate (vedi *Unioneinforma* di luglio/agosto a pagina 28 n.d.r.) organizzata dal Comune di Vimercate, dal Distretto del Commercio di Vivicimercate e dall'Associazione territoriale Unione Confcommercio con i commercianti.

Migliaia di persone, dodici ore di appuntamenti, più di 100 negozi aperti, 20 punti di ristoro tra bar, ristoranti e ambulanti; concerti, attrazioni, divertimenti, spettacoli per bambini ed escursione al Must con una speciale visita notturna nelle sale "segrete" della villa con torcia ed elmetto. Lettera di complimenti all'Associazione ed ai commercianti, per il buon esito dell'iniziativa, da parte del vicesindaco e assessore al Commercio del Comune di Vimercate Corrado Boccoli: "Voglio esprimere a tutti Voi il mio ringraziamento per la buona riuscita di questo evento".



"Shopping in Martesana": nelle sagre cittadine coupon con sconti e gadget dei negozi

Il Distretto del Commercio della Martesana, con l'obiettivo di sostenere e promuovere le attività commerciali del territorio, sta promuovendo e segnala l'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Gorgonzola - l'iniziativa "Shopping in

Martesana" con la distribuzione nelle sagre cittadine di 4.000 giornali con 30 coupon con sconti e gadget dei negozi. La distribuzione dei coupon, avviata nelle sagre di Cambiagio e Bellinzago Lombardo, prosegue a Gessate (5 ottobre).

Locandina dell'Associazione milanese



Una locandina (sarà diffusa alle imprese associate) che valorizza la competenza e la cortesia dei negozi di fiori e piante. L'iniziativa è promossa dall'Associazione fioristi milanesi.

I fiori? Dal fiorista

Il 2 ottobre in Confcommercio Milano (corso Venezia 47 sala Colucci) con HRD Business Training

Trasferire le proprie abilità Workshop di Asseprim per imprenditori e manager

Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali per le imprese), in collaborazione con l'azienda associata HRD Business Training, ha in programma giovedì 2 ottobre in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Colucci, accreditato dalle 9.30) "Pnl per far crescere la tua azienda" un workshop di approfondimento su una delle tecniche più interessanti della programmazione neuro-linguistica (appunto Pnl): il modellamento. L'incontro propone a imprenditori e manager nuove modalità per poter capi-

re e meglio comprendere come trasferire le proprie abilità ai collaboratori, consentendo così di migliorare la performance lavorativa. Il workshop sarà gestito da Raffaele Tovazzi, uno dei maggiori esperti italiani di programmazione neuro-linguistica e negoziazione strategica, che metterà a disposizione dei partecipanti strumenti pratici da applicare fin da subito alla propria attività.



Ristrutturazione aziendale: percorsi e strumenti

Asseprim, in collaborazione con Bernoni Grant Thornton, affronta più a breve scadenza – il 24 settembre in Confcommercio Milano (sala Sommaruga ore 17.30) - un momento di discussione e approfondimento per capire come identificare e gestire le cause della crisi, per conoscere i nuovi strumenti concordati previsti dal legislatore e comprendere i ruoli e le responsabilità dei diversi attori impegnati nella ristrutturazione aziendale in modo da gestirne positivamente le fasi.

Iniziativa realizzata nell'ambito
dell'accordo
Unione Confcommercio-Assofranchising

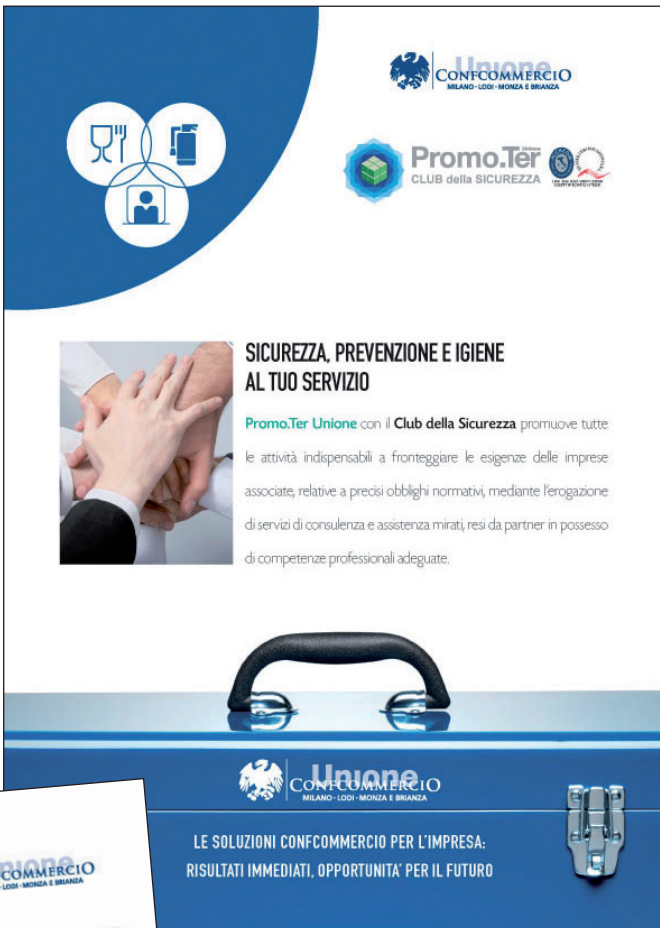
Franchisee: con Promo.Ter Unione un pacchetto completo di servizi per "dimenticare" gli adempimenti e pensare solo alla propria attività commerciale

In favore dei franchisee, con Unione Confcommercio, Promo.Ter Unione, in accordo con Assofranchising, ha elaborato la formazione di un pacchetto completo

che consente alle piccole imprese affiliate ai franchisor, di delegare a Promo.Ter Unione tutti gli adempimenti di carattere fiscale e societario. Si tratta di un'iniziativa che prevede, attraverso la sottoscrizione di questo pacchetto, l'erogazione di una serie di servizi che riguardano la sicurezza nei luoghi di lavoro, la gestione del personale, la gestione dell'attività legata alla contabilità, l'assicurazione integrativa in base alle fasce d'età (e comprende la quota associativa). Con la ristorazione è anche previsto l'Haccp

(igiene degli alimenti). Ipotizzando una piccola impresa

con un dipendente, un addetto alla sicurezza, la contabilità semplificata, una forma D Plus (assistenza sanitaria integrativa con Ente



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Promo.Ter
CLUB della SICUREZZA

**SICUREZZA, PREVENZIONE E IGIENE
AL TUO SERVIZIO**

Promo.Ter Unione con il Club della Sicurezza promuove tutte le attività indispensabili a fronteggiare le esigenze delle imprese associate, relative a precisi obblighi normativi, mediante l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza mirati, resi da partner in possesso di competenze professionali adeguate.

Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

LE SOLUZIONI CONFCOMMERCIO PER L'IMPRESA:
RISULTATI IMMEDIATI. OPPORTUNITA' PER IL FUTURO



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Promo.Ter
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DEL COMMERCIO DEL TERRITORIO E DEI SERVIZI
E DELLA PROFESSIONE

**IL TUO SERVIZIO DI AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE**

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

Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

LE SOLUZIONI CONFCOMMERCIO PER L'IMPRESA:
RISULTATI IMMEDIATI. OPPORTUNITA' PER IL FUTURO

COME INFORMARSI
Promo.Ter amministrazione coordinamento
franchising - Tel. 027750207
coordinamentofranchising@unione.milano.it

Mutuo) da 31 a 49 anni, il costo (comprensivo della quota associativa) è di 234 euro al mese. In presenza di food, 275 euro.

"Importante è che, oltre ad erogare un servizio in favore dei soci, vi è l'obiettivo - spiega Maria Antonia Madau, direttore di Promo.Ter Unione - di liberare le piccole imprese da tutti i fardelli che riguardano la gestione burocratica della propria azienda.

Quindi, l'imprenditore si preoccupa solo ed esclusivamente del proprio core business delegando a noi tutti gli adempimenti. Vi è poi tutta una serie di attività di consulenza e di assistenza erogate da Unione Confcommercio Milano, in virtù dell'adesione alla propria associazione che, di fatto, sollevano l'impresa da qualunque tipo di problema: assistenza fiscale, assistenza legale, assistenza sindacale (con tutto quanto riguarda le problematiche della gestione del rapporto con i dipendenti)".



▲ Franco Gattinoni

Network turistici: rielezione di Franco Gattinoni alla presidenza AINeT

Francò Gattinoni (consigliere di Confcommercio Milano) è stato riconfermato per acclamazione presidente di AINeT, l'Associazione italiana network turistici.

L'assemblea ha rinnovato il Consiglio direttivo dell'Associazione.

AINeT riunisce la maggior parte dei principali network turistici della distribuzione dei viaggi tra

cui: Gattinoni Mondo di Vacanze, WelcomeGroup, Geo Travel Network, Primarete, Frigerio Viaggi Network, Le Marmotte, Bluvacanze,

Open Travel Network per un totale di oltre 5.000 agenzie di viaggi.

"Ringrazio anzitutto i colleghi per la fiducia nel lavoro fatto - ha detto Gattinoni - Abbiamo oggi una grande responsabilità, nella consapevolezza di rappresentare più del

60% delle agenzie di viaggi italiane.

Abbiamo definito alcune attività importanti che concretizzeremo nei

prossimi mesi, muovendoci anche per lavorare all'integrazione con le sigle sindacali presenti attualmente in Confcommercio".

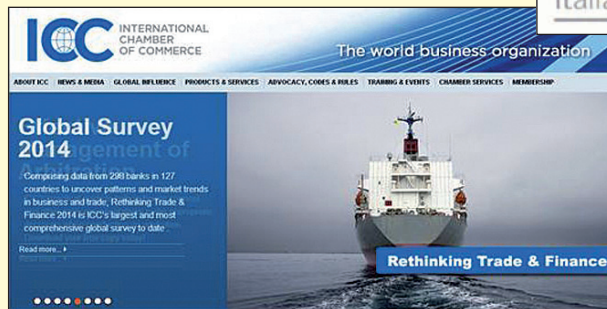


Comitato italiano della Camera di commercio internazionale

Aice: confermata la presenza nell'ICC Italia

ICC Italia (Comitato italiano della Camera di commercio internazionale) ha recentemente rinnovato i propri organi direttivi ed è stata confermata la presenza nel Consiglio camerale di Aice (Associazione italiana commercio, con il segretario generale David Doninotti). Il Comitato nazionale italiano, ICC Italia - spiega Aice - è uno dei cinque comitati nazionali fondatori della Camera di Commercio Internazionale (ICC - International Chamber of Commerce) con sede a Parigi (i comitati nazionali sono costituiti in 70 Paesi). ICC, alla quale attualmente aderiscono organizzazioni imprenditoriali, camere di commercio ed imprese di oltre 130 Stati, fu creata - nel 1919, all'indomani della prima guerra mondiale - allo scopo di promuovere un sistema aperto di commercio

e investimenti internazionali. ICC, mediante l'attività di una quindicina di commissioni tecniche e numerosi altri organi di lavoro, formula pareri e suggerimenti sulle principali temati-



che di interesse delle imprese nel campo degli investimenti esteri e delle politiche: commerciale, finanziaria, dei trasporti, del marketing, della concorrenza, della regolamentazione degli scambi, della protezione



della proprietà industriale, dell'ambiente, delle pratiche bancarie e assicurative, dell'informatica e delle telecomunicazioni.

Aice è inoltre attiva nella Commissione per la politica commerciale e degli investimenti che esprime "The Voice of Business" su temi di particolare attualità, come l'implementazione dell'accordo di Bali sulla Trade

Facilitation, il sostegno agli accordi multilaterali di libero scambio, non ultimo il TTIP; la riduzione delle barriere non tariffarie negli scambi internazionali di merci e servizi.



*A Milano il 27
in piazza Città di Lombardia*

Caffè: con Altoga "Milano Espresso 2014"

Promossa da Altoga (l'Associazione lombarda torrefattori) è in programma il 27 settembre "Milano Espresso 2014", la manifestazione-even-

to durante la quale si svolge il Gran pre-

mio della caffetteria italiana. La location di "Milano Espresso 2014" è la piazza Città di Lombardia (sotto il nuovo palazzo della Regione). Altoga ha voluto scegliere una location che si riallacciasse al tema di Expo Milano 2015 "Nutrire il pianeta, energia per la vita": "vogliamo - spiega l'Associazione - portare all'attenzione di visitatori e operatori quel mix di cultura e sapori che rappresentano l'eccellenza del nostro Paese". Oltre al citato Gran premio della caffetteria italiana ed alle boutette espositive, sono previsti: un banco assaggio dei caffè monorigine; uno spazio dedicato a dimostrazioni, da parte dei maestri del caffè, di cappuccini tridimensionali; un banco dedicato ai bambini (che potranno colorare i cappuccini preparati appositamente per loro).



▲ *La copertura di piazza Città di Lombardia* (foto di Mattia Dognini)



(foto di Benedetta Borsani)

FederModaMilano promuove - per le imprese del settore moda, abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori, tessile per la casa e articoli sportivi - una serie di opportunità in vista di Expo 2015.

"Retail Club":

progetto ideato per ottimizzare la redditività dei punti vendita durante l'Esposizione Universale. Con "Retail



ModAPP, Retail Club, corsi di lingua russa Le iniziative di FederModaMilano in vista di Expo

Club" i commercianti possono entrare in contatto con aziende sponsor interessate ad esporre i loro prodotti nelle

vetrine. Attraverso "Retail Club" si possono, inoltre, organizzare eventi in store o predisporre corner nei negozi milanesi.

"ModAPP - Gli sconti nei dintorni": web application (accesso inizialmente gratuito per un periodo di prova e successivamente, in caso di ri-sconto positivo, utilizzo ad

un prezzo molto conveniente) per la promozione on line dei prodotti in sconto che, at-

traverso un sistema di geolocalizzazione, intercettano l'interesse della clientela.

Corsi di lingua russa con personale madrelingua presso la sede dell'Associazione Italia Russia, ad un costo molto competitivo (partnership tra FederModaMilano e lo studio dell'avvocato Mario Colasurdo).

Info: FedeModaMilano 0276015507

informa Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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

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

CONVENZIONI RISERVATE
AI SOCI. AGGIORNAMENTI
CONTINUI SUL SITO.



PER LA TUA ATTIVITÀ
E LA TUA FAMIGLIA



CONDIZIONI
ESCLUSIVE

ESCLUSIVA

NUOVE
CONVENZIONI

PROMOZIONI
SEMPRE
AGGIORNATE



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



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Nuove convenzioni



Arredo Design Barzaghi

offre uno sconto del 20% su tutti i prodotti delle marche trattate. 15% sul marchio Flou

(18% sui letti e completi di materasso, guanciali, piumino e copripiumino).

Progetto, trasporto entro 100 km e montaggio gratuiti (pari a circa l'8% del valore della merce).

Sconto in esclusiva del 40% su tutti i copripiumini Flou in pronta consegna.



per i soci Unione Confcommercio



Moneysaver.it

è un portale di vendita che può gestire il tuo negozio virtuale: dalla creazione del sito, alla pubblicazione dei prodotti e alla vendita in tutti i Paesi della Comunità europea, senza doversi preoccupare di come gestire le spedizioni e preparare i documenti di

trasporto.

In esclusiva: pacchetti creazione sito con e-commerce scontati al 50%.



Non Solo Posta Snc

è un'azienda di spedizioni effettuate tramite il servizio postale privato.

Offre diversi servizi - stampa e imbustamento, posta prioritaria, raccomandata semplice, raccomandata a/r. - con un risparmio economico e di tempo. Le tariffe pos-



NON SOLO POSTA SNC POSTA PRIVATA

sono essere verificate consultando la convenzione sul sito www.unionemilano.it nella sezione "Convenzioni e Vantaggi".



oops, gottaRUN!

è un punto di riferimento per i "runners" con un'ampia gamma

di scarpe, abbigliamento, accessori, elettronica di consumo (gps, cardiofrequenzimetri e activity tracker) e integratori, a prezzi scontati per i soci.

Promozione

I futuri sposi che - entro e non oltre il 31 dicembre 2014 - acquisteranno le partecipazioni, gli inviti, le bomboniere, i confetti e prenoteranno le composizioni floreali per la cerimonia e il ricevimento e la tavola della confettata per il loro matrimonio da svolgersi nel 2015, avranno in regalo il servizio di wedding day coordinator, del valore di 600 euro.

Concept store

Sogni Confettati

Wedding & event planner

Per tutti gli aggiornamenti sulle convenzioni e le promozioni, consultare il sito www.unionemilano.it nella sezione "Convenzioni e Vantaggi"

“Donne del Risorgimento” Pubblicati gli atti delle conferenze

Ha trovato una veste editoriale (foto della copertina) il ciclo di tre conferenze “Donne del Risorgimento: i salotti, gli amori, le armi” che era stato promosso da 50&Più

Antonietti, Margaret Fuller, Cristina Trivulzio di Belgioioso, fino all’impresa garibaldina dei Mille con Jessie White Mario e Rosalie Montmasson.

Relatori delle conferenze: il presidente di 50&Più

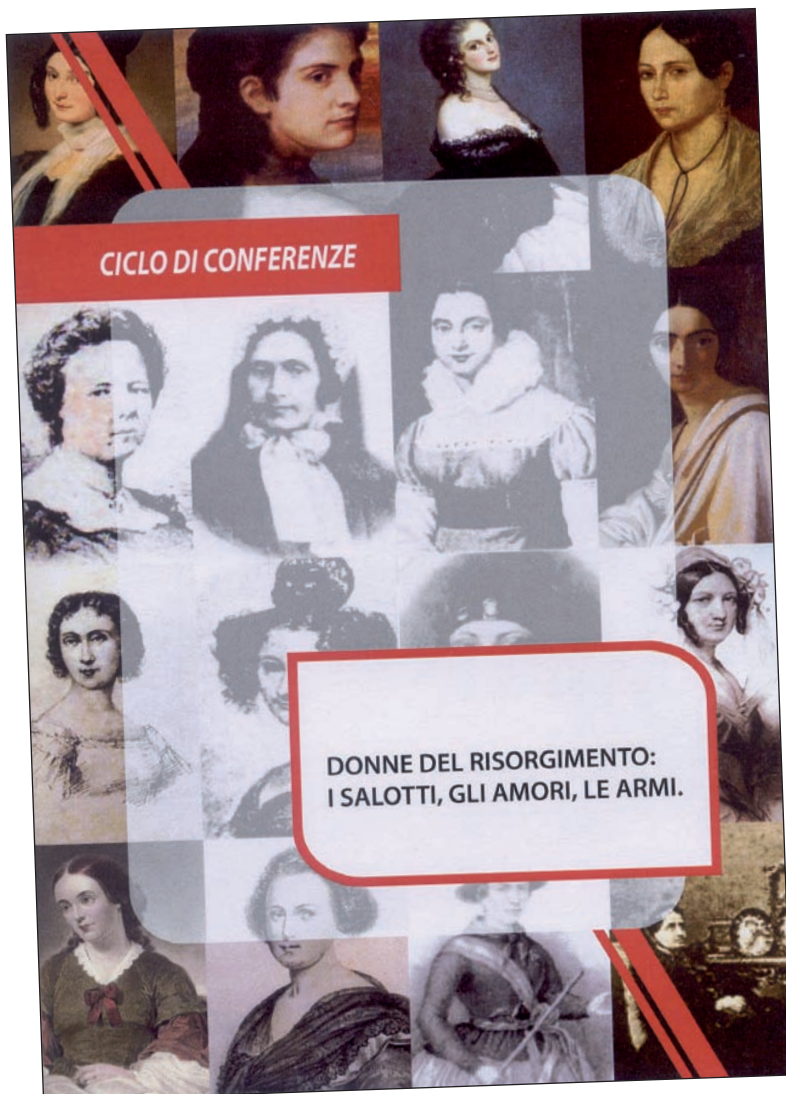
Università Milano con il Gruppo Terziario Donna di Conf-

*Iniziativa di 50&Più
Università Milano
e Gruppo Terziario Donna
Confcommercio Milano*

Università Milano Filippo Ravizza (poeta e critico letterario) e

commercio Milano in occasione delle ricorrenze per i 150 anni dell’Unità d’Italia: dall’onda lunga della Rivoluzione Francese alle donne dell’Ottocento come Clara Maffei, Colomba

Gianmarco Gaspari, direttore del Centro Nazionale Studi Manzoni e docente di Letteratura italiana all’Università degli Studi dell’Insubria. Per informazioni rivolgersi a 50&Più Università Milano: tel. 027750261.



E con il Gruppo Terziario Donna visita al Palazzo Reale di Milano per la mostra su Marc Chagall



Il Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano, in collaborazione con 50&Più, promuove una visita guidata alla mostra allestita sul pittore Marc Chagall (nella foto il dipinto “La passeggiata”), presso il Palazzo Reale di Milano, mercoledì 1° ottobre (al mattino). La visita a Palazzo Reale è aperta a tutti i soci di Confcommercio Milano previa prenotazione agli indirizzi mail: v.semeraro@enasco.it - conti.fenacom@tiscali.it - terziario.donna@unione.milano.it.





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



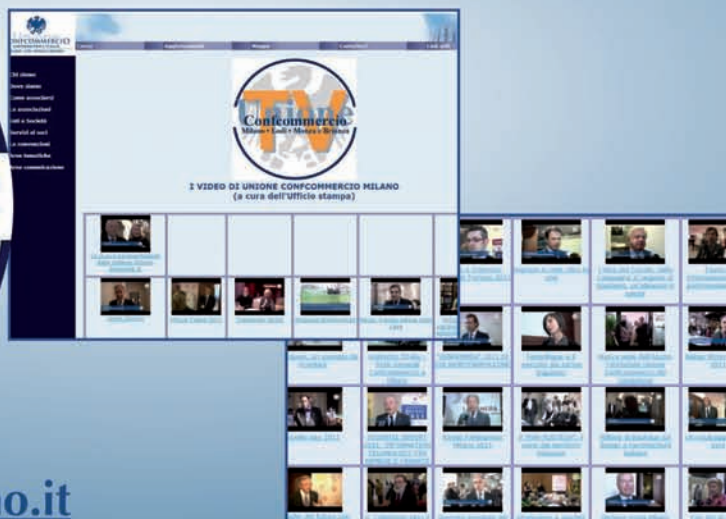
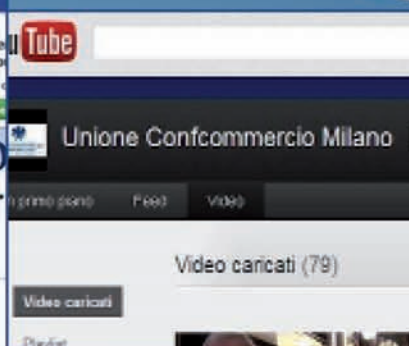
Controlla i nostri aggiornamenti su Facebook agli indirizzi
facebook.com/confcommerciomilano
facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa



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