



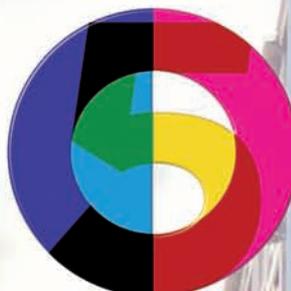
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

# informa Unione

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

## La spinta di



**L'editoriale: occasione per rilanciare il lavoro (pag. 1)**

**L'impatto economico: ecco le stime (da pag. 3)**

**In rete cresce l'attenzione (pag. 7)**

**Online il catalogo per i partecipanti: market place virtuale (pag. 9)**





**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](mailto: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](mailto:club.haccp@unione.milano.it)

### **PRIVACY**

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

## ... PER L'INNOVAZIONE

### **QUALITA'**

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

### **ENERGIA & AMBIENTE**

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

# L'occasione di Expo per rilanciare il lavoro

**E**cco il nuovo anno, anno strategico di vigilia di Expo 2015.

Per noi il senso dell'Esposizione Universale è dare una spinta a progetti nuovi che siano oggi finalizzati alla riuscita dell'evento, ma che restino come un'eredità per il territorio.

Ci interessa cioè che le nostre imprese aumentino non solo il fatturato, ma consolidino anche la loro posizione attraverso una maggiore competitività sul mercato, una più decisa innovazione e apertura all'internazionalizzazione.

La ricerca della Camera di Commercio (presentata all'inizio del 2013 e da poco aggiornata) ci dice che fino al 2020 Expo creerà a livello nazionale quasi 24 miliardi di euro di produzione aggiuntiva, di cui 10 miliardi rimarranno effettivamente nelle tasche di lavoratori, imprese ed investitori al netto dei costi.

Si prevede, inoltre, che riusciremo ad attrarre circa 20 milioni di visitatori e che ci saranno 190 mila persone impegnate grazie a Expo (di cui oltre 100 mila a Milano).

Questi risultati - chiaramente auspicabili e pur calcolati con un metodo scientifico - non si devono dare però per assodati.

Questi numeri dobbiamo invece riuscire a costruirli giorno per giorno da qui all'Esposizione Universale. Expo porterà turisti, creerà posti di lavoro e indotto solo con un impegno



costante e determinante di tutti noi. Credo che vada sottolineato: con questo Expo abbiamo avuto un grande onore, ma anche un grande onere. Perché questo è l'Expo degli anni della crisi.

Ma, forse proprio per questo motivo, è importante che i suoi risultati siano diffusi e stabili nel tempo, capaci di invertire la tendenza negativa nella quale abbiamo vissuto in questi anni.

Penso soprattutto al lavoro che è il tema forse più delicato, perché senza occupazione non c'è reddito, non ci sono consumi, non c'è capacità contributiva per le imposte, non c'è benessere.

Per questo auspico che si possa arrivare alla definizione di un accordo collettivo sindacale per Expo siglato anche dal Governo. Questo accordo potrebbe disciplinare

in modo speciale i contratti di lavoro del personale impiegato dalle imprese per Expo. Un accordo che aiuti a stabilizzare i posti di lavoro creati. Si potrebbe ad esempio prevedere una sorta di incentivazione fiscale a favore di quelle imprese che dopo Expo confermino le nuove assunzioni. Sarebbe una decisione coraggiosa e concreta a favore di un Expo dagli effetti durevoli e a van-

taggio di tutto il nostro sistema imprenditoriale.

**CARLO SANGALLI**

Presidente di Unione Confcommercio  
Milano, Lodi, Monza e Brianza



Unioneinforma - gennaio 2014 - n. 1 - anno 20 (questo numero è stato ultimato il 7 gennaio)

# 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](mailto:convenzioni.bancarie@unione.milano.it)

---

\* per **associato fedele** si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 (tre) anni (per l'anno 2013 le annualità si riferiscono agli anni 2011/2012/2013).



Unione  
CONFCOMMERCIO  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

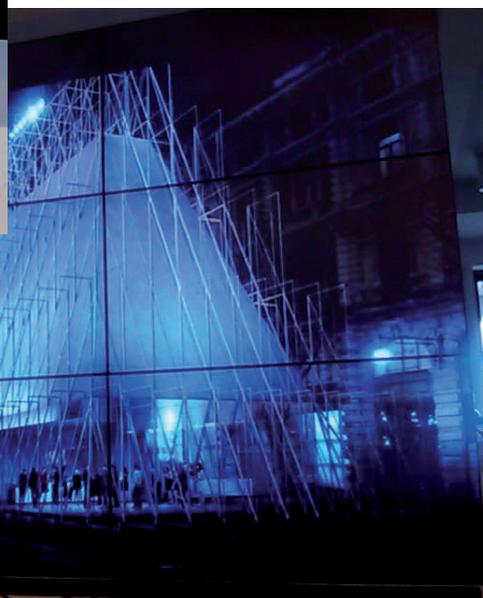
*L'impatto economico dell'evento*



## Imprese e lavoro con Expo Milano 2015

La ricaduta di Expo Milano 2015 sull'economia milanese? 102mila i posti di lavoro che saranno attivati, 27mila nel resto della Lombardia su un totale nazionale di 191mila. Fino al 2015 l'occupazione generata dall'Esposizione Universale riguarderà-

▶▶▶ segue a pag. 5 ▶▶▶



La ricerca promossa dalla Camera di Commercio di Milano e da Expo 2015 Spa (indagine affidata a un team di analisti economici coordinati da Alberto Dell'Acqua, professore Sda Bocconi)





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

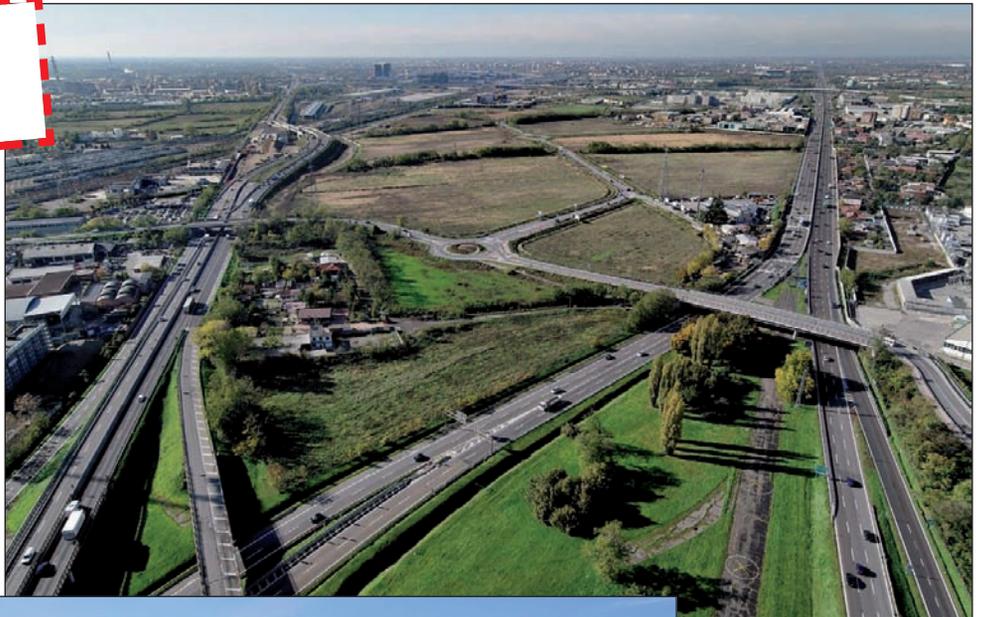


**Unione**  
CONFCOMMERCIO  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

**Imprese e lavoro con Expo Milano 2015**

▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶

rà principalmente il settore delle costruzioni e dell'industria; nel corso dell'evento sarà la volta di turismo e servizi all'impresa e alla persona; dopo l'evento saranno industria, servizi alle imprese e commercio gli ambiti rilevanti a livello occupazionale. La maggior parte delle opportunità sarà nei sei mesi della manifestazione e in quello successivo. Sul territorio milanese la produzione aggiuntiva sarà di 12,7 miliardi, su un totale nazionale di 23,6 e lombardo di 15,8. Sarà di quasi 6 miliardi il valore aggiunto milanese su 7,4 lombardi e 10 italiani. Con Expo Milano 2015 nasceranno 11mila nuove imprese in Italia, la metà in Lombardia. È questo l'indotto economico stimato dell'Esposizione Universale del 2015 a Milano e in Italia, fino al 2020, tra investimenti della società di gestione e dei Paesi



▲ **Lavori nel cantiere Expo** (immagine di repertorio dal sito di Expo sul cantiere)

▲ **Expo: l'area del sito espositivo prima dell'inizio dei lavori con le strade esistenti** (immagine di repertorio dal sito di Expo sul cantiere)

partecipanti (non considerando i progetti infrastrutturali), aumento dei consumi, incoming turistico ed eredità economica che Expo dovrebbe lasciare in termini di nuove imprese create, valorizzazione del patrimonio



immobiliare e accresciuta attrattività turistica del territorio.

▶▶▶ segue a pag. 6 ▶▶▶

## Imprese e lavoro con Expo Milano 2015

▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶

Sono i risultati più rilevanti che emergono dalla ricerca sull'impatto economico (diretto e indiretto) dell'evento promossa dalla Camera di Commercio di Milano e da Expo 2015 Spa, indagine affidata a un team di analisti economici coordinati da Alberto Dell'Acqua, professore Sda Bocconi, e recentemente aggiornata (vedi anche l'editoriale di pag. 1 n.d.r.). Il progetto ha portato alla realizzazione di un modello di stima economica dell'indotto dell'evento, a partire dal 2012 e con proiezione fino all'anno 2020, da mettere a disposizione del Bie (l'organismo internazionale delle esposizioni universali) per la valutazione economica dell'impatto di Expo Milano 2015. "I numeri di questa ricerca – ha spiegato Giuseppe Sala, Commissario unico delegato del Governo per Expo Milano 2015 – rappresentano un'iniezione di entusiasmo e di ottimismo per l'intero sistema Italia anche nella connotazione territoriale e temporale. Ci saranno effetti e ricadute positivi in tutti i settori produttivi anche negli anni successivi. Per questo motivo è fondamentale che le istituzioni, locali e nazionali, investano risorse, energie e idee in questo progetto".



### Produzione aggiuntiva generata

La produzione aggiuntiva che Expo Milano 2015 potrà generare tra il 2012 e il 2020 è stimata pari a 23,6 miliardi di euro. 15,8 miliardi di produzione aggiuntiva alla Lombardia: di questi, 12,7 dovrebbero riguardare la sola provincia di Milano, mentre gli altri 3,1 miliardi dovrebbero distribuirsi sul resto della regione. Le restanti regioni italiane dovrebbero quindi beneficiare di una produzione aggiuntiva pari a circa 7,8 miliardi di euro nell'intero periodo considerato.

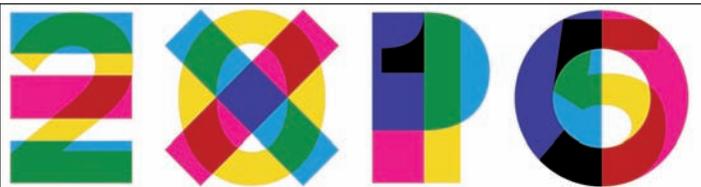
Di questi 23,6 miliardi di euro, 3,2 miliardi saranno dovuti all'impatto diretto, 14,2 miliardi a impatto indiretto e indotto (che comprende tutti gli effetti dei flussi turistici determinati da Expo Milano 2015) e 6,2 miliardi saranno determinati dalla cosiddetta "legacy" dell'evento, cioè la sua eredità. La produzione



### Valore aggiunto generato

Su un totale di 10 miliardi di valore aggiunto generato da Expo Milano 2015, 7,4 dovrebbero restare in Lombardia (5,9 nell'area milanese e 1,5 in altre province) e altri 2,7 miliardi in altre regioni. Nell'arco dell'intero periodo di analisi i settori maggiormente investiti dal valore aggiunto risultano i servizi alle imprese (circa 2,9 miliardi di euro); il turismo e la ristorazione (circa 1,8 miliardi di euro) e l'industria (circa 1,4 miliardi di euro).

aggiuntiva generata si distribuirà in modo differente tra una pluralità di settori economici. Nell'arco dell'intero periodo di analisi (2012-2020) i settori maggiormente investiti dall'impatto economico, sono l'industria (circa 6 miliardi di euro), i servizi alle imprese (circa 4,8 miliardi di euro), il turismo e la ristorazione (circa 3,9 miliardi di euro).



## MILANO

Cresce l'attenzione verso Expo Milano 2015. Lo rileva la ricerca "Expo 2015 e Milano viste dall'estero" della

Camera di commer-

cio di Milano realizzata attraverso Voices from the Blogs (<http://voicesfrom-the-blogs.com/>), spin-off dell'Università degli Studi di Milano con un'analisi di oltre 13 mila post che parlano di Expo 2015 negli ultimi 13 mesi e di più di 1 milione di post su Milano negli ultimi due mesi pubblicati sui canali social (Twitter, Facebook, Google+, Blog, Forum, ecc.). I post considerati sono stati tutti pubblicati in un paese diverso dall'Italia e scritti non in italiano. L'attenzione è cresciuta del 77% nel bimestre settembre-ottobre 2013 rispetto al bimestre precedente (se si considera il numero di menzioni pubblicate in rete che parlano esplicitamente di Expo). A parlare di Expo sono soprattutto gli

Menzioni apparse sui canali social che parlano di alcune città italiane e loro contenuto (sono escluse tutte le menzioni scritte in italiano o comunque provenienti dall'Italia)

	Numero di menzioni	Come se ne parla (sentimento positivo)
Milano	1.027.431	74,1%
Roma	1.358.310	69,9%
Torino	257.423	73,4%
Venezia	517.545	81,6%
Firenze	342.407	80,3%
Napoli	542.322	58,6%

parte della Turchia all'evento, che supera quella di Francia e Giappone. E quando si parla di Expo 2015, chi si esprime in senso positivo (mostrando ottimismo per il successo di Expo, per le opportunità che crea, apprezzando i temi legati all'evento, ecc.) supera di gran lunga chi

mostra scetticismo criticando l'evento: in quasi 4 commenti su 5 prevale il "sentimento" positivo che trova il suo picco nei Paesi BRICS (Brasile, Russia, India, Cina

## E in rete cresce l'attenzione su Expo

Stati Uniti e i Paesi europei. Spicca poi l'attenzione da

e Sud Africa: sentimento positivo 87.5%. Sia negli Stati Uniti (68.2%) che nei Paesi Ue (69.3%) l'evento è soprattutto associa-

to al tema dell'alimentazione e dell'ambiente, mentre nei Paesi BRICS acquistano un peso decisamente maggiore i temi legati al business (12,6% rispetto al 3,5% nei Paesi Ue e al 5,1% negli Stati Uniti) e al turismo.

Expo 2015 è un evento che toccherà profondamente anche l'immagine della città di Milano. E di

Milano nel mondo se ne parla sempre di più: negli ultimi due mesi considerati Milano ha ricevuto oltre 1 milione di menzioni in rete superando città d'arte come

Venezia e Firenze, e in linea con il dato di Roma.

Perfino in Corea del Nord si parla di Milano (154 volte in 60 gior-

ni), mentre tra i Paesi in cui si è parlato di più di Milano ecco all'ottavo posto l'Indonesia. E Milano piace: verrebbe apprezzata soprattutto dai cinesi.

## Cosa è Expo 2015...

	USA	UE	BRICS
Opportunità Business	5,1	3,5	12,6
Opportunità Infrastrutture	3,7	7,5	14,2
Partnership	3,7	1	4,2
Problemi (ritardi, crimine, ecc.)	16,3	16,2	19,3
Turismo	3	2,5	6,8
Alimentazione e ambiente	68,2	69,3	42,9

## Il lavoro

Per quanto riguarda l'occupazione, su un totale di 191mila unità di lavoro previste, 102.500 dovrebbero essere attivate in provincia di Milano, 26.600 nel resto della regione e circa 62mila in altre aree del Paese. È previsto l'impiego di circa 35mila unità di lavoro entro il 2014, di 67mila unità nel solo 2015 e di poco meno di 89mila unità in seguito, per un totale già rilevato di 191mila unità. Nell'intero orizzonte considerato dall'analisi (2012-2020) la maggiore occupazione è nel settore del turismo e della ristorazione (39.400 unità lavorative), nei servizi alle imprese (33.800 unità lavorative) e nell'industria (28.700 unità lavorative). Ma dove sarà la domanda di lavoro? Nella fase preparatoria all'evento, la maggiore occupazione ricade sul settore delle costruzioni (12.500 unità lavorative), dei servizi alle imprese (7.700 unità lavorative) e nell'industria (3.400 unità lavorative). Nella fase di svolgimento dell'evento la più importante ricaduta occupazionale si avrà sul settore del turismo e della ristora-



zione (28.000 unità lavorative), sui servizi alle imprese (10.400 unità lavorative) e sui servizi alle persone (8.000 unità lavorative). Nella fase successiva all'evento l'occupazione si concen-

terà principalmente nel settore dell'industria (circa 17.600 unità lavorative), nei servizi alle imprese (15.700 unità lavorative) e nel commercio (13.100 unità lavorative).

## Patrimonio di nuove imprese

Che "eredità" trasmette Expo Milano 2015? Un patrimonio di nuove imprese: a livello italiano la stima fornita è di 10.622 con una forte concentrazione nel settore delle costruzioni (4.966), poi le attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, con una stima di 2.021 nuove imprese. Per il settore di trasporto e magazzinaggio è prevista la creazione di 1.665 neoimprese mentre per i servizi di informazione e comunicazione sono attese 1.578 nuove imprese. Infine, al settore delle attività artistiche, sportive e di intrattenimento è collegata una stima di 391 neoimprese. In Lombardia dovrebbe concentrarsi circa il 45% delle nuove imprese create su stimolo di Expo Milano 2015. Di queste, 2.145 dovrebbero nascere nel settore delle costruzioni, 873 nel settore delle attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, 719 nel trasporto e magazzinaggio, 681 nei servizi di informazione e comunicazione e 169 nelle attività artistiche, sportive e di intrattenimento. E a Milano? È attesa la creazione di 676 nuove imprese, di cui 316 nel settore delle costruzioni, 129 nel settore delle attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, 106 nel trasporto e magazzinaggio, 100 nei servizi di informazione e comunicazione e 25 nelle attività artistiche, sportive e di intrattenimento.

terà principalmente nel settore dell'industria (circa 17.600 unità lavorative), nei servizi alle imprese (15.700 unità lavorative) e nel commercio (13.100 unità lavorative).

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



Unione  
CONFCOMMERCIO  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

**EXPO**  
MILANO 2015  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA

IT EN FR

*All'indirizzo web:  
fornitori.expo2015.org*

Accedi / Registrati

**Benvenuto nel Catalogo per i Partecipanti ad Expo 2015!**  
L'ambiente virtuale per presentarsi ai Paesi partecipanti e supportarli nella progettazione, costruzione ed allestimento del loro padiglione, attraverso erogazione di servizi o la fornitura di prodotti.

Cosa puoi fare con il catalogo?

- 1 REGISTRARTI** inserendo la CNS o altra firma digitale (smart card) del legale rappresentante  
[Consulta la Guida all'iscrizione](#)
- 2 ACCETTARE** il regolamento d'iscrizione  
[Scarica il regolamento](#)
- 3 COMPLETARE** il profilo aziendale inserendo la categoria merceologica di appartenenza, caratteristiche, certificazioni, referenze  
[Elenco di tutte le Categorie Merceologiche](#)
- 4** Approfondire la presentazione dei servizi erogati o prodotti forniti
- 5** Essere contattati dai Paesi Partecipanti ricevendo richieste tramite il sistema di messaggistica

[Clicca qui per accedere al Catalogo](#)

© 2013 - Expo 2015 S.p.A. - C.F. e P.I. 06398130960



Online  
il Catalogo  
per  
i partecipanti  
a Expo  
Milano 2015

**E** online, all'indirizzo [fornitori.expo2015.org](http://fornitori.expo2015.org), il Catalogo per i partecipanti a Expo Milano 2015.

Il Catalogo è un marketplace virtuale, costruito tramite piattaforma telematica open che punta a mettere in contatto i Paesi partecipanti con le imprese per la potenziale fornitura di beni e servizi.

Rappresenta per le imprese un ambiente virtuale per presentarsi ai Paesi partecipanti, supportarli nella progettazione, costruzione, allestimento e gestione del loro padiglione, attraverso l'erogazione di servizi o la fornitura di prodotti. Aperto a tutte le imprese italiane, il Catalogo permette ai partecipanti, attraverso sistemi di ricerca (filtri, ricerche semantiche), di visualizzare informazioni societarie o commerciali certificate esternamente (es. Registro imprese, bilanci, certifica-

zioni) o caricate individualmente (es. cataloghi, brochure...). Il sistema prevede il pagamento da

HOME

**Albero Categorie Merceologiche**

"Ricerca per Codice Ateco"

Di seguito è riportato l'albero delle categorie merceologiche suddiviso in livelli gerarchici. Nel terzo livello, tra le parentesi tonde, sono indicati i codici Ateco relativi alla categoria merceologica

- **Progettazione**

- **Architettura**
  - Architettura (71.11)
  - Paesaggio (71.11)
  - Allestimenti ed arredamento indoor - outdoor (71.11)
  - Scenografie (90.02)
- **Ingegneria-Strutture**
  - Strutture in acciaio (71.12)
  - Strutture in legno (71.12)
  - Strutture in muratura di laterizio (71.12)
  - Strutture in cemento (71.12)
  - Strutture in vetro (71.12)
  - Coperture speciali (tecnostutture, geodetiche...) (71.12)
- **Esperti**
  - Consulenza sostenibilità ambientale (70.22.0 - 74.90.9 - 71.12.1)
  - Collaudatori strutture e impianti (71.20)
  - Coordinatore della sicurezza in fase esecutiva e di cantiere (74.90.2)

parte dell'impresa di una fee d'ingresso fissa, in base al fatturato, per tipologia di prodotto/servizio. Il Catalogo fornisce ai partecipanti uno

strumento che semplifica la loro partecipazione attraverso la ricerca di fornitori per beni e servizi prima e durante l'Expo. Per le imprese, il Catalogo può rappresentare una vetrina importante; soprattutto per le pmi. La piattaforma permette scambio di comunicazioni tramite posta elettronica e con uso di firma digitale. Expo svolge il ruolo di promotore e



coordinatore del progetto contribuendo a fornire e validare le specifiche per la sua realizzazione. (MD)

*Abbonamenti mensili agevolati per gli operatori commerciali dal limite di Area C fino alla cerchia filoviaria 90-91 (60 euro) e oltre la cerchia filoviaria (25 euro)*



## Milano: il nuovo piano sulla sosta diventa operativo



e lavoratori di esercizi commerciali e di somministrazione, con orario di lavoro di inizio precedente alle 6.30 o di fine

successiva alle 21).

*Tessere a scalare scontate del 70% valide in tutta la città per veicoli trasporto cose, agenti e rappresentanti di commercio e strutture alberghiere*



*Dalla terza ora sosta più cara in centro, ma Area C a tre euro (anziché cinque) parcheggiando nelle autorimesse all'interno della Cerchia dei Bastioni convenzionate con il Comune*

Con il 2014 entra nella fase operativa il nuovo Piano della sosta approvato mesi fa dal Consiglio Comunale milanese (vedi *Unioneinforma di settembre a pag. 19*). Nel momento in cui si chiude questo numero del giornale (7 gennaio) è in vigore la nuova tariffa per chi parcheggia sulle strisce blu del centro di Milano: due euro per le prime due ore (tariffa, questa, rimasta invariata), ma tre euro a partire dalla terza ora di sosta. Da metà mese, per chi parcheggia l'autoveicolo in una delle 31 autorimesse (situate all'interno della cerchia dei

Bastioni) che hanno siglato l'accordo con il Comune di Milano, Area C costa 3 euro (anziché 5).

A seconda della zona e della disponibilità effettiva di strisce blu è possibile richiedere al Comune (con successivo ritiro presso gli Atm Point) gli abbonamenti mensili agevolati da 25 euro per la cerchia extrafiloviaria 90-91 e da 60 euro per la cerchia filoviaria, dedicati agli operatori commerciali (o a turnisti

La validità degli abbonamenti mensili agevolati è a partire dal primo febbraio.

Stesse date di partenza e medesime modalità di richiesta e ritiro per le tessere a scalare, scontate del 70% rispetto alla tariffa ordinaria, per veicoli trasporto cose, agenti e rappresentanti di commercio e strutture alberghiere, valide per tutti gli ambiti di sosta di Milano. Per informazioni rivolgersi alla propria associazione di riferimento.

# 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](mailto:informazioni@entemuomilano.it)  
[www.entemuomilano.it](http://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



## Convenzione Confcommercio Milano-Comune

# Denunce tributo comunale rifiuti e servizi (Tares) A Milano via telematica semplificata per le imprese associate

**U**na via facilitata alle imprese associate per l'invio telematico delle denunce relative alla Tares, il tributo comunale sui rifiuti e sui servizi. E' l'obiettivo della convenzione che Confcommercio Milano ha siglato con l'Amministrazione comunale milanese (convenzioni sono state stipulate dal Comune di Milano con le maggiori associazioni imprenditoriali)

L'operatività della convenzione permetterà un deciso snellimento burocratico per le imprese: vi sarà infatti la possibilità di trasmettere attraverso posta elettronica certificata (Pec) le denunce di inizio, cessazione e variazione della Tares. In una fase successiva, saranno anche fissate modalità semplificate di trasmissione telematica della dichiarazione attraverso la specifica



applicazione del portale comunale (Taresweb).

La convenzione prevede che il Comune di Milano metta a disposizione un canale dedicato a Confcommercio Milano per l'informazione, la formazione e la soluzione dei

problemi sull'applicazione del tributo; partecipare fin dall'inizio a questo processo di informatizzazione dei servizi che hanno per oggetto l'assistenza in materia di tutti i tributi locali consente di interloquire con l'Amministrazione comunale milanese su tutti i tributi in modo semplificato ed efficace per gli adempimenti delle imprese associate.

Il servizio previsto con la convenzione verrà svolto dalle associazioni aderenti con personale dotato di dispositivo di firma digitale "forte" (segnalati da Confcommercio Milano



La Tares - bene lo sanno tutti: cittadini e imprese - è un tributo molto più oneroso rispetto alla vecchia tassa rifiuti. Ricordiamo che il Consiglio Comunale milanese - recependo le richieste di Confcommercio Milano (vedi *Unioneinforma* di settembre a pag. 19) - ha previsto sconti sulla parte variabile del tributo con un fondo per le attività produttive di 1 milione e 200 mila euro. Ciò (oltre a situazioni specifiche con meccanismi di premialità, percentuali di abbattimento e sconti) ha permesso di mitigare gli aumenti d'imposta per le categorie commerciali maggiormente penalizzate: come esercizi di somministrazione, ortofrutta, fioristi.

e abilitati dal Comune) o, sempre attraverso la propria associazione di riferimento, avvalendosi del Servizio autorizzazioni commerciali di Confcommercio Milano per la sottoscrizione e l'invio delle denunce.



*Servizio con la Camera di Commercio  
(in collaborazione con Infocamere)*

## “Imprese e giustizia”: a Milano il Tribunale è anche digitale

dall'Ufficio giudiziario.  
L'accesso è

Questi i settori per ora accessibili in via telematica: lavoro, esecuzioni civili individuali e concorsuali, volontaria giurisdizione e contenzioso civile. Se l'impresa non rintraccia i dati di un procedimento può chiamare il call center al numero di telefono 0664892298 (dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle 18) o inviare una mail a: [info@giustizia.infocamere.it](mailto:info@giustizia.infocamere.it), di modo che l'Ufficio giudiziario possa intervenire per renderli disponibili.

Il portale nasce da una norma ministeriale (DM 44/2011): è un servizio creato per le aziende e gestito dalle camere

dalle camere di commercio, tramite InfoCamere.

**Questi i settori dove poter consultare atti e documenti: lavoro, esecuzioni civili individuali e concorsuali, volontaria giurisdizione e contenzioso civile**

possibile tramite carta nazionale o regionale dei servizi.

**E'** attivo da dicembre a Milano "Imprese e giustizia", il servizio della Camera di Commercio e del Tribunale di Milano, in collaborazione con Infocamere, per consultare online registri di cancelleria e fascicoli giudiziari digitali. Le imprese si possono collegare al portale [www.impresee-giustizia.it](http://www.impresee-giustizia.it) e [www.giustizia.infocamere.it](http://www.giustizia.infocamere.it) e consultare documentazione e informazioni digitali rese disponibili

### Lavoro

Si possono consultare, in via telematica, informazioni, atti e documenti, relativi ai giudizi in materia di diritto del lavoro (nei quali le imprese, iscritte nel Registro delle imprese, risultano costituite come parti) pendenti dinanzi ai Tribunali e alle Corti di Appello.



### Esecuzioni civili individuali

*Ciascuna impresa, iscritta nel Registro delle imprese, può consultare, in via telematica, informazioni, atti e documenti dei fascicoli dei Tribunali relativi a pignoramenti mobiliari, immobiliari e ad altre tipologie di esecuzione, alla stessa impresa riferibili in quanto parte e presenti nel sistema informatico delle esecuzioni civili individuali.*

### Contenzioso civile

*Si possono consultare, in via telematica, informazioni, atti e documenti relativi alle cause civili e ai procedimenti, in cui l'impresa risulta essere costituita come parte, pendenti dinanzi ai Tribunali e alle Corti d'Appello.*

### Esecuzioni civili concorsuali

Ciascuna impresa, iscritta nel Registro delle imprese, può consultare, in via telematica, informazioni per i fascicoli dei Tribunali, relativi a procedure di fallimento, amministrazione grandi imprese, amministrazione "Marzano", concordato preventivo, liquidazione coatta amministrativa, accordi di ristrutturazione del debito, alla stessa impresa riferibili, presenti negli uffici sul sistema delle procedure concorsuali.

### Volontaria giurisdizione

*Si possono consultare online informazioni, atti e documenti dei procedimenti di volontaria giurisdizione, instaurati dall'impresa o nei quali la stessa risulta costituita.*



*Intesa siglata da Regione,  
Confcommercio Lombardia e le altre Parti sociali*

## Lombardia: accordo di proroga fino al 31 marzo della cassa integrazione in deroga

**E'** stato sottoscritto in sede di Commissione regionale per le politiche del lavoro, tra Regione Lombardia, Confcommercio Lombardia e le altre Parti sociali, l'Accordo quadro sugli ammortizzatori sociali in deroga per il primo trimestre 2014.

Ciò avviene attraverso la proroga di tre mesi dell'Accordo quadro II semestre 2013; con un successivo atto verranno definiti gli adeguamenti procedurali necessari, le modalità operative, le relative modulistiche e tabelle esplicative.

Gli accordi sindacali di cassa integrazione in deroga dovranno avere una



durata massima di tre mesi (e comunque non oltre il 31 marzo).

Gli accordi sottoscritti entro il 31 gennaio possono avere una valenza retroattiva a partire dal 1° gennaio 2014. La domanda dev'essere presen-

tata a Regione Lombardia attraverso il sistema informativo GEFO a partire dalla data di attivazione del sistema.

L'Accordo quadro per il primo trimestre di quest'anno verrà sottoposto a verifica mensile da parte della Commissione regionale per le politiche del lavoro e, qualora dovessero intervenire modifiche norma-

tive, lo stesso cesserà i suoi effetti dalla data di entrata in vigore del decreto interministeriale previsto dall'art. 4, c. 2 del DL 54/2013, convertito dalla Legge 85/2013 e verranno concordate nuove modalità di gestione.

## Dall'Ente Bilaterale Territoriale Pubblici Esercizi della Provincia di Milano borse di studio per i figli dei lavoratori delle aziende iscritte

**L'**Ente Bilaterale Territoriale Pubblici Esercizi della Provincia di Milano (EBtpe) ha assegnato 650 borse di studio ai figli dei lavoratori delle aziende iscritte all'Ente (ed in regola con la contribuzione). L'importo complessivo straordinario erogato per le borse di studio è di 240mila euro.

"Un intervento deciso in considerazione del difficile momento economico che sta attraversando il nostro Paese" spiega Giovanni Gazzo, presidente del-

l'Ente. "Le borse di studio - aggiunge Ilario Perotto, vicepresidente di EBtpe - sono destinate ai giovani che frequentano scuola media, scuole superiori, università. E' un segno concreto di vicinanza alle famiglie dei lavoratori delle nostre imprese iscritte".

EBtpe è costituito da Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi di Confcommercio Milano, Filcams-Cgil, Fisascat Cisl, Uiltuucs Uil. L'Ente Bilaterale si rivolge ad aziende e



lavoratori dipendenti del settore dei pubblici esercizi: ristorazione, caffè, bar, pasticcerie, gelaterie, locali di intrattenimento e, in genere, tutte le attività in cui si effettua la somministrazione di alimenti e bevande, compresa la ristorazione collettiva e commerciale. EBtpe organizza percorsi formativi ai quali possono partecipare titolari e addetti delle aziende dei pubblici esercizi (senza oneri purché in regola con la contribuzione all'Ente).



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



**Unione**  
**CONFCOMMERCIO**  
 MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



Monitoraggio SIA di Assopetroli Assoenergia e Figisc Anisa Confcommercio

## Accise: L'anomalia italiana

del prezzo al consumo. Il consumatore italiano sta pagando la benzina 28,2 cent/litro (il 2 dicembre era 26,8) e il gasolio 26,4 cent/litro (il 2

mo praticato nei 28 Paesi Ue ha posto in risalto che, per quanto riguarda la benzina, del prezzo italiano più alto di 28,2 cent/litro ben 25,8 sono dovuti alle maggiori imposte (accise e Iva) e solo 2,4 ad un maggiore prezzo industriale;

per il gasolio, del prezzo più alto di 26,4 cent/litro rispetto al resto d'Europa, per ben 25,3 è dovuto alle maggiori imposte e solo 1,1 ad un maggiore prezzo industriale.

Dal primo marzo scatterà,

poi, il primo degli aumenti di accisa sui carburanti varati dall'attuale esecutivo (decreto Fare) che, sino al dicembre 2018,

comporteranno ulteriori aumenti per complessivi 1.443,26 milioni di euro di sole accise più Iva. Infatti, con determinazione del direttore dell'Agenzia delle Dogane n. 145733 del 23/12/13, è stato determinato l'aumento di accisa sulla benzina e sul gasolio che decorrerà dal primo marzo sino al 31 dicembre di quest'anno: 0,0024 cent/litro (più Iva).

**A**vvio il monitoraggio SIA (Stacco Italia Accise), iniziativa promossa da Assopetroli Assoenergia e Figisc Anisa Confcommercio, con il quale si rendono periodicamente noti i dati della rilevazione prezzi del differenziale tra il costo dei carburanti al consumo tra Italia e il resto d'Europa. L'obiettivo è dare a questo strumento la più ampia diffusione per generare, nelle istituzioni pubbliche e nei consumatori, una maggiore consapevolezza di quella che è l'anomalia italiana rappresentata da un carico fiscale eccessivo sui carburanti (benzina verde) che, al netto delle addizionali regionali, è giunto al 60,7%



**Benzina + 28,2 cent/litro  
e gasolio + 26,4 cent/litro  
rispetto al resto d'Europa**



dicembre era 26,1) in più che nel resto d'Europa. Sulla base dei dati forniti dalla Commissione Europea e dal Ministero dello Sviluppo Economico, la media aritmetica del prezzo al consu-

	BENZINA			GASOLIO		
	Media U.E.	Italia	Stacco	Media U.E.	Italia	Stacco
<b>16.12.2013</b>						
Prezzo industriale	0,655	0,679	<b>+0,024</b>	0,729	0,740	<b>+0,011</b>
Imposte	0,791	1,049	<b>+0,258</b>	0,663	0,916	<b>+0,253</b>
Prezzo finale	1,446	1,728	<b>+0,282</b>	1,392	1,656	<b>+0,264</b>
<b>Media dicembre</b>						
Prezzo industriale	0,657	0,678	<b>+0,021</b>	0,730	0,741	<b>+0,011</b>
Imposte	0,792	1,049	<b>+0,257</b>	0,664	0,916	<b>+0,252</b>
Prezzo finale	1,449	1,727	<b>+0,278</b>	1,394	1,657	<b>+0,263</b>
<b>Media finale 2013</b>						
Prezzo industriale	0,687	0,702	<b>+0,015</b>	0,739	0,750	<b>+0,011</b>
Imposte	0,803	1,047	<b>+0,244</b>	0,667	0,908	<b>+0,241</b>
Prezzo finale	1,490	1,749	<b>+0,259</b>	1,406	1,658	<b>+0,252</b>

Elaborazione FIGISC-ANISA con ASSOPETROLI-ASSOENERGIA

*L'incontro promosso da Assintel e Nextvalue con i "player" dei circuiti di pagamento online*

## E-commerce: Italia mercato emergente

L'incontro a Milano, al Circolo del Commercio, promosso da Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict) con Nextvalue sull'"E-commerce in Italia". Vi hanno partecipato Gianluca De Cobelli (vicedirettore generale di CartaSi); Bruno Degiovanni (head of Product sales and business development di MasterCard); Angelo Meregalli (general manager Italy di PayPal), in rappresentanza dei principali circuiti internazionali di pagamento online.

L'incontro di Assintel con i giornalisti ha voluto richiamare l'attenzione sul ruolo dell'e-commerce in Italia, nella prospettiva attuale e dei prossimi 3 anni. Gli organizzatori, con i tre "player" delle transazioni online, hanno creato l'occasione di condividere informazioni e dati sull'evoluzione in corso nelle abitudini di acquisto della popolazione italiana.

L'incontro ha seguito la pubblicazione dell'Assintel Report 2013 - la ricerca sul mercato del software e dei servizi che Nextvalue conduce da otto anni su incarico di Assintel (vedi *Unioneinforma* di novembre a pag. 27 n.d.r.). Dal Report emerge che la componente di vendite online in Italia raggiunge il 5,4%

dell'intero volume della distribuzione al dettaglio.

"Siamo ancora al di sotto delle medie europee - ha rilevato Alfredo Gatti, managing partner di Nextvalue e di Cionet Italia - L'Europa è il primo mercato mondiale per l'e-commerce, davanti a Stati Uniti con 280 miliardi di euro e Asia-Pacífico che raggiunge i 220 miliardi di euro". Ma per l'Italia la quota di acquisti dall'estero è aumentata del 23%, con un fatturato superiore ai 2 miliardi di euro di cui circa il 55% svi-

luppato dal turismo e il 31% dall'abbigliamento.

"L'Italia - ha affermato Gatti - è il mercato emergente nell'ambito dell'e-commerce e sarà il Paese europeo che nell'arco dei prossimi 3-5 anni conti-



▲ **Giorgio Rapari, presidente Assintel**

nuerà a crescere a due cifre". Nel 2013 l'e-commerce in Italia è cresciuto, secondo i dati dell'Assintel Report, del 18% rispetto al 2012 con un fatturato annuo complessivo di circa 12 miliardi di euro. In forte aumento, oltre il 60%, la componente di

mobile e-commerce. Fa registrare un giro d'affari ancora limitato a mezzo miliardo di euro nel 2013, ma - segnala Assintel - costringe a una frenetica rincorsa gli operatori con particolare riferimento alle aziende di commercio, distribuzione e servizi.

"Per sfruttare in pieno queste potenzialità, ciò che serve a monte è un cambiamento culturale che investa l'intera



filiera dell'offerta - operatori Ict per primi - per poi espandersi sul versante della domanda" ha dichiarato Giorgio Rapari, presidente di Assintel.

"Commercio tradizionale ed e-commerce - ha proseguito - sono solo i due lati di una stessa medaglia: dobbiamo valorizzare e soprattutto spiegare modelli di sinergia che producano esiti a somma positiva".

Il tema dell'e-commerce assume poi un ruolo e un'importanza strategici: i progressi tecnologici - rileva Assintel - vengono abilitati in azienda e modificano i modelli di business e lo stesso mercato con una velocità sorprendente. Le tecnologie Ict sottostanti il commercio elettronico continueranno ad avere un effetto esplosivo sul commercio e sull'economia in genere, così come le nuove frontiere della custom experience e dell'integrazione tra mondo fisico e virtuale. Il ROPO (Research Online Purchase Offline) in Italia vale intorno ai 51 milioni di euro (2013), con un tasso percentuale di crescita nel prossimo triennio dell'11%.

Una cifra considerevole - evidenzia Assintel - che fa riflettere sull'influenza del web sui consumatori che sempre più si aspettano servizi personalizzati, facili da usare, intuitivi e gratuiti.



▲ **Alfredo Gatti, managing partner Nextvalue**



**ASSINTEL**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
IMPRESE ICT

# Orologi contraffatti: l'Antitrust oscura 112 siti web segnalati da Assorologi

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, recependo una segnalazione effettuata fra gli altri da Assorologi, l'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria, ha disposto, in collaborazione con la Guardia di Finanza, l'oscuramento dei contenuti di 112 siti Internet attivi nella commercializzazione di orologi contraffatti.

Con il provvedimento per la prima volta l'Antitrust italiana agisce a tutela di una pluralità di marchi su segnalazione delle associazioni imprenditoriali interessate, realizzando un'azione di contrasto della contraffazione su vasta scala. Il provvedimento intende impedire la vendita di orologi contraffatti effettuata, anche con pagine in lingua italiana, da siti che sono stati creati per trarre in inganno e truffare i consumatori, convinti di acquistare prodotti originali da rivenditori autorizzati e invece esposti all'acquisto di orologi falsi, del tutto privi di ogni garanzia e spesso di modesta qualità e talvolta di potenziale pericolo per la salute.

Si tratta di siti appartenenti ad una sola "rete contraffattiva" (individuata ed analizzata dalla Convey di Torino, società specializzata nella *internet brand protection*) operante a livello mondiale in più lingue tramite oltre 1.600 "vetrine virtuali" e con un giro d'affari illegale annuo stimato in circa 65 milioni di euro, generato tramite offerte online di decine di migliaia di orologi falsi, di tutte le marche. Ogni piattaforma web oggetto del provvedimento

dispone di numerose versioni linguistiche che si traducono appunto in vetrine virtuali attraverso le quali entrare in contatto con i consumatori di tutto il mondo per commercializzare orologi contraffatti di



una ventina tra i più conosciuti marchi

**"Chiudiamo la contraffazione":  
campagna di comunicazione sui  
principali quotidiani nazionali**



di fascia media. La capacità di offerta della rete dei contraffattori ammonta a oltre 200mila pezzi l'anno.

livelli della catena distributiva e che offrono prodotti di elevata qualità, sicuri e garantiti.

L'iniziativa "Chiudiamo la contraffazione" è stata oggetto di un'importante campagna di comunicazione (20 e 21 dicembre) sui principali quotidiani nazionali. (SM)






CHIUDIAMO LA CONTRAFFAZIONE!

**Il 19 Dicembre l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, recependo una segnalazione effettuata da INDICAM, Assorologi e Adoc e supportata da Confcommercio, ha disposto, in collaborazione con la Guardia di Finanza, l'oscuramento dei contenuti di 112 siti Internet che sino ad oggi hanno commercializzato orologi contraffatti.**

Il provvedimento intende impedire la vendita di **orologi contraffatti** effettuata, anche con pagine in lingua italiana, da siti che sono stati creati per trarre in inganno e truffare i consumatori, subdolamente convinti di acquistare prodotti originali da rivenditori autorizzati e invece esposti all'acquisto di orologi falsi, del tutto privi di ogni garanzia ed anzi, spesso, di modesta qualità e talvolta di potenziale pericolo per la salute.

Si tratta di siti appartenenti ad una sola "rete contraffattiva" - individuata ed analizzata in profondità dalla società Convey di Torino - operante a livello mondiale in più lingue tramite oltre 1.600 "vetrine virtuali" e con un giro d'affari illegale annuo stimato in circa 65 milioni di euro, generato tramite offerte online di decine di migliaia di orologi falsi, di tutte le marche. L'intervento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e della Guardia di Finanza tutela non soltanto i consumatori e le più elementari regole della legalità, ma anche le imprese che operano ai vari livelli della catena distributiva e che, con professionalità ed affidabilità, offrono prodotti di elevata qualità, sicuri e garantiti.



NON DARE SPAZIO AL CRIMINE.  
SCEGLI SOLO OROLOGI ORIGINALI



◀ **Mario Peserico, presidente Assorologi e Indicam (e vicepresidente di Confcommercio Milano con incarico su sicurezza, contraffazione, abusivismo)**

L'intervento dell'Autorità Garante della Concorrenza e della Guardia di Finanza tutela non soltanto i consumatori, ma anche le imprese che operano ai vari



*Aice (Associazione italiana commercio estero)  
e Direzione settore commercio estero  
di Confcommercio Milano*

## Imprese e mercati esteri Seminari e workshop 2014

scambi  
extraco-  
munitari,  
pagamenti

e trasporti internazionali, certificazioni  
import ed export, Incoterms, dogane,  
tecniche linguistiche, tecniche di  
comunicazione, approfondimenti Paesi  
e mercati, e-commerce, nor-  
mative sicurezza prodotti, dual  
use.

La sede dei seminari (se non  
indicato diversamente) è  
Confcommercio Milano, corso  
Venezia 47.

**A**nche in questo 2014, per facilita-  
re il processo di internazionalizza-  
zione delle imprese e fornire ad  
esse un concreto supporto nell'approc-  
cio ai mercati esteri, Aice (Associazione  
italiana commercio estero) e Direzione  
settore commercio estero di  
Confcommercio Milano promuovono  
un calendario di seminari, workshop,  
corsi ed incontri di approfondimento  
sulle tematiche di maggiore attualità:  
fiscaltà internazionale, contrattualistica  
internazionale, scambi intracomunitari,

# Aice

Associazione Italiana  
Commercio Estero

Italian Association of Foreign Trade

*Dopo i primi due appunta-  
menti di gennaio ("Rapporti  
doganali e sicurezza tra  
Unione Europea e Usa" il 21  
e "Novità Iva 2014 nei rap-  
porti internazionali il 30)  
ecco, in queste pagine, gli  
appuntamenti da febbraio.*



### I PRODOTTI ALIMENTARI IN CINA: APPROCCIO AL MERCATO, NORMATIVA, OPPORTUNITA' DI BUSINESS

**Data:** 4 febbraio

**Durata:** una giornata (mattino: seminario - pomeriggio: incontri individuali)

**Obiettivi:** il mercato cinese offre ottime opportunità per i prodotti alimentari italiani di qualità. Il settore alimentare in Cina è, però, regolamentato da normative stringenti la cui conoscenza è indispensabile per un corretto approccio al mercato. Durante l'incontro vengono analizzate le principali tematiche (produzione, distribuzione, importazione, vendita al dettaglio, standard qualitativi, etichettatura, proprietà intellettuale) riguardanti i prodotti alimentari. Sono, inoltre, fornite indicazioni sulle caratteristiche del consumatore cinese.

### CORSO BASE INCOTERMS®

**Date:** 6 e 13 febbraio (due edizioni)

**Durata:** mezza giornata

**Obiettivi:** analizzare la disciplina della resa delle merci e guidare gli operatori ad una scelta consapevole della clausola più appropriata in relazione al contratto di vendita.

*Iniziativa a pagamento per non soci*

**CARATTERISTICHE, VANTAGGI ED OPPORTUNITÀ LEGATI ALL'ADOZIONE DI STRUMENTI DI GOVERNANCE DEL RISCHIO PER LA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI**

**Data:** 18 febbraio

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** illustrare come i sistemi di gestione per la salute e la sicurezza sul lavoro secondo la norma BS OHSAS 18001 possano costituire strumenti efficaci per la prevenzione degli infortuni e della responsabilità ex art. 25-septies del D. Lgs. 231/2001. Dopo una breve analisi della disciplina della responsabilità degli enti introdotta dal dlgs. 231/2001 e delle caratteristiche dei Modelli di organizzazione e gestione, verranno illustrati gli elementi fondamentali di un Sistema di gestione per la salute e la sicurezza sul lavoro, i relativi benefici in termini di riduzione degli infortuni e gli incentivi che Inail offre per l'implementazione e la certificazione di tali strumenti.

**IL CONTRATTO INTERNAZIONALE DI AGENZIA: FOCUS SU ALCUNE CRITICITÀ**

**Data:** 20 marzo

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** approfondire alcune criticità relative al contratto internazionale di agenzia, quali la sua distinzione con altre tipologie di intermediazione, la legge applicabile ed il foro competente in assenza di contratto scritto, il diritto di esclusiva e la sua derogabilità, i diritti dell'agente nei confronti del preponente per la liquidazione delle provvigioni, la disciplina dello star del credere, la durata e le possibilità di scioglimento del contratto, nonché l'indennità per la cessazione del rapporto.

**"ROYALTIES": COSA SONO, COME CALCOLARLE E CASI STUDIO**

**Data:** 7 aprile

**Durata:** mezza giornata (pomeriggio)

**Obiettivi:** sarà affrontato l'argomento delle "royalties" dal punto di vista doganale e del contenzioso giuridico. Saranno analizzati i criteri per la corretta determinazione del valore delle merci importate in particolare sui diritti di licenza per l'utilizzo di marchi di fabbrica o commerciali.

**CORSO BASE SUL CREDITO DOCUMENTARIO**

**Date:** 24 e 25 febbraio (due edizioni)

**Durata:** giornata intera (mattino teoria, pomeriggio esercitazioni)

**Obiettivi:** trasferire competenze operative sui crediti documentari, definendone le caratteristiche e individuandone gli aspetti più peculiari. Analisi della normativa UCP 600 ICC e 745 ICC e di numerosi casi pratici per meglio comprendere l'operatività dello strumento.

*Iniziativa a pagamento per non soci*

**CICLO DI WORKSHOP E-COMMERCE: L'E-MAIL MARKETING PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

**Data:** 11 marzo

**Durata:** mezza giornata (pomeriggio)

**Obiettivi:** fornire competenze per utilizzare al meglio le campagne e-mail per la promozione all'estero (e non solo): caratteristiche, strategie, contenuti e benefici rispetto ai media tradizionali. Saranno analizzati alcuni esempi pratici e verranno trattati anche argomenti tecnici quali: i database di indirizzi, i template grafici, la definizione di contenuti coerenti e persuasivi, il rischio spam e le reportistiche.

**CORSI DI FORMAZIONE INTRASTAT**

**Date:** 19 e 26 marzo, 2 aprile (tre edizioni)

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** definizione schematica per una migliore comprensione delle regole Iva per le operazioni intracomunitarie cessione/acquisti di beni e servizi. Indicazioni per una corretta compilazione dei modelli Intrastat attraverso esempi pratici.

*Iniziativa a pagamento per non soci*



**APPROACHING FOREIGN MARKETS**

**Data:** 15 aprile

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** come presentare la propria società sui mercati internazionali e come identificare chi contattare; mantenere e rafforzare nuove o esistenti relazioni d'affari considerando l'interculturalità e un'efficace comunicazione business to business. Il seminario si terrà in lingua inglese.

**PRODOTTO COSMETICO: ASPETTI DI APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO 1223/2009**

**Data:** 10 aprile

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** sarà presentato il nuovo regolamento 1223/2009 per i prodotti cosmetici che è in vigore dal luglio 2013. Verranno illustrate le procedure di immissione sul mercato, le norme di buona fabbricazione (GMP), la comunicazione al cliente e le procedure per l'importazione e l'esportazione.

segue a pag. 22

**CORSO DI FORMAZIONE SULL'ORIGINE PREFERENZIALE DELLE MERCI**

**Date:** 8 maggio e 12 giugno (due edizioni)

**Durata:** una giornata (mattino corso, pomeriggio appuntamenti)

**Obiettivi:** saranno presentate le regole di origine preferenziale anche attraverso l'analisi di esempi pratici. Saranno fornite informazioni sulle modalità di compilazione della dichiarazione del fornitore per l'attestazione dell'origine, sugli scambi preferenziali con la Turchia (ATR) e sull'accordo di libero scambio con la Corea del Sud. Sarà possibile fissare appuntamenti nel pomeriggio con il relatore per approfondire problematiche particolari.

*Iniziativa a pagamento per non soci*



## Seminari e workshop 2014

segue da pag. 21

### FEDERAZIONE RUSSA E CUSTOM UNION: NOVITÀ IN MATERIA DI CERTIFICAZIONE, DA REGIME CERTIFICATIVO A DICHIARATIVO

**Data:** 13 maggio

**Durata:** mezza giornata (mattino) - pomeriggio appuntamenti individuali

**Obiettivi:** approfondire le modalità di gestione dei rapporti commerciali con le controparti russe. In particolare, analizzando i regolamenti tecnici della Custom Union di recente entrati in vigore, si intende far luce sull'evoluzione in atto in materia di certificazione obbligatoria per le esportazioni in Russia, Bielorussia e Kazakistan e sulle conseguenze per gli operatori italiani coinvolti.

### CICLO DI WORKSHOP E-COMMERCE: TREND, SVILUPPI E PIATTAFORME DELL'E-COMMERCE

**Data:** 24 giugno

**Durata:** mezza giornata (pomeriggio)

**Obiettivi:** il commercio elettronico si è affermato come strumento di vendita complementare o sostitutivo ai tradizionali canali di distribuzione, riducendo le differenze tra mercato domestico e mercato globale. L'analisi dei trend del fenomeno e dei suoi sviluppi futuri, la presentazione delle principali piattaforme di vendita on line potranno aiutare le aziende ad impostare la propria strategia di presenza sul web.

### CRISI D'IMPRESA: RISCHI E OPPORTUNITÀ DELLE DIVERSE FORME DI CONCORDATO PREVENTIVO

**Data:** 3 luglio

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** la crisi dell'impresa rappresenta una fase molto critica della vita aziendale che, tuttavia, se tempestivamente affrontata, può essere superata e risolta. A questo scopo negli ultimi anni è stato migliorato e rafforzato lo strumento del concordato preventivo anche con l'introduzione di varianti (preconcordato; concordato in continuità; concordato fiscale) che dovrebbero consentire una più efficace risposta alla crisi. L'incontro intende offrire indicazioni pratiche e suggerimenti per affrontare la crisi d'impresa. Inoltre, saranno anche suggeriti cautele e accorgimenti che possono essere adottati nei confronti di imprese «a rischio di concordato» per evitare il pericolo di essere coinvolti nell'altrui crisi.

### LE GARANZIE BANCARIE A TUTELA DEL PAGAMENTO

**Data:** 20 maggio

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** analizzare gli strumenti a garanzia del regolamento del prezzo nel commercio con l'estero che prevedono la presentazione di documenti (garanzie di pagamento, "standby letter of credit", garanzie a prima richiesta)

#### Per informazioni:

tel. 027750320/321 - 027750456/344

email: aice@unione.milano.it

commercio.estero@unione.milano.it

### GLI STRUMENTI DI DIFESA COMMERCIALE DELL'UE: ANTIDUMPING, ANTISOVVENZIONI E SALVAGUARDIE

**Data:** 19 giugno

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** nel perseguire la progressiva liberalizzazione degli scambi internazionali, attraverso l'abolizione di barriere tariffarie e non tariffarie che li ostacolano, occorre garantire che ciò avvenga nel rispetto della corretta competizione tra imprese. La Ue ha elaborato strumenti che consentono di rimuovere eventuali effetti distortivi causati da pratiche commerciali scorrette o da sovvenzioni governative. Le politiche di difesa commerciale della Ue mirano ad assicurare, a livello internazionale, adeguatezza e correttezza dei comportamenti delle imprese con le regole della libera concorrenza internazionale. Il seminario affronterà le principali misure in quest'ambito e gli strumenti normativi che lo disciplinano.

### ESPORTARE NEI PAESI ARABI - LA VERIFICA DI CONFORMITÀ: DA OSTACOLO A OPPORTUNITÀ

**Data:** 16 settembre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** sempre più Paesi in via di sviluppo, si sono dotati negli ultimi anni dei Programmi di verifica di conformità finalizzati a controllare la qualità delle proprie importazioni e la loro corrispondenza agli standard nazionali vigenti. Per gli esportatori italiani rappresentano una vera e propria opportunità di internazionalizzazione, in quanto il loro rispetto permette l'accesso del Made in Italy su nuovi, interessanti mercati. L'incontro è mirato a illustrare le procedure previste da questi programmi vigenti in: Algeria, Arabia Saudita, Egitto, Kuwait, Qatar.

### DIRETTIVA ROHS E REGOLAMENTO REACH: AGGIORNAMENTI

**Data:** 15 luglio

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** fornire alle aziende del comparto degli apparecchi e dei componenti elettrici elettronici gli elementi per soddisfare i nuovi adempimenti previsti dalla direttiva. In particolare il seminario consentirà agli operatori di comprendere che cosa realmente cambierà; l'impostazione operativa dello stesso consentirà alle aziende di ricevere le soluzioni per i problemi concreti che le stesse si troveranno ad affrontare. Inoltre i partecipanti verranno informati circa i principali contenuti del Regolamento N° 1907/2006 - Reach (Registration, evaluation, authorisation of chemicals).

**TIME MANAGEMENT: I FATTORI DI INEFFICIENZA E DI SUCCESSO NELLA GESTIONE AZIENDALE**

**Data:** 24 settembre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** fornire utili suggerimenti sul processo di pianificazione delle attività lavorative; rafforzare la capacità di analisi e di gestione del proprio tempo, acquisire metodi e comportamenti per gestire priorità ed urgenze, riconoscere l'approccio adeguato in funzione delle richieste organizzative, sperimentare strumenti e tecniche di pianificazione e di programmazione, individuare le "best practice" nella gestione del tempo.

**LE ACCISE PER I PRODOTTI ALCOLICI**

**Data:** 22 ottobre

**Durata:** mezza giornata (pomeriggio)

**Obiettivi:** saranno analizzate le norme che regolano la circolazione dei prodotti alcolici in ambito comunitario; emissione dei due documenti di accompagnamento DAS e DAA. Analisi delle differenti disposizioni per la circolazione nazionale dei prodotti vinosi e chiarimenti per l'esportazione e l'importazione degli stessi.

**CICLO DI WORKSHOP E-COMMERCE: LA COMUNICAZIONE AZIENDALE VIA WEB**

**Data:** 13 novembre

**Durata:** mezza giornata (pomeriggio)

**Obiettivi:** con particolare attenzione al mercato internazionale, verranno affrontati i principali argomenti legati alle opportunità offerte dal web in termini di visibilità e crescita; social media marketing, search engine marketing e posizionamento, costruzione di un sito web coerente, strategie di marketing digitale e di marketing virale, nuovi canali di comunicazione, errori da evitare.

**COME PROTEGGERE I PROPRI "ASSETS" IN EUROPA: DESIGN, MARCHI E BREVETTI**

**Data:** 28 ottobre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** nell'evoluzione dei mercati internazionali, le aziende hanno a disposizione asset importanti. Marchi, brevetti, design sono strumenti strategici che favoriscono la politica di sviluppo aziendale e conferiscono valore all'azienda. Ma sono sufficientemente protetti? Il seminario intende illustrare le opportunità e i vantaggi delle procedure esistenti per proteggere questi importanti beni sul territorio comunitario.

**LA SEMPLIFICAZIONE NELLE PRATICHE DOGANALI**

**Data:** 18 novembre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** informare gli operatori sugli strumenti disponibili per agevolare le pratiche import-export anche attraverso la certificazione AEO. Informazioni su quali sono, ad oggi, le possibilità reali di effettuare on line le procedure di commercio internazionale, anche alla luce dell'introduzione dello Sportello unico doganale.



**COMPETERE AI TEMPI DELLA CRISI: IL VANTAGGIO DI AGIRE IN UN'OTTICA DI RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA**

**Data:** 25 novembre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** saranno evidenziati i vantaggi che le imprese possono acquisire nello sviluppare strategie di business attente a criteri di qualità sociale ed ambientale e saranno presentati i presupposti e le condizioni che possono favorire l'adozione di comportamenti responsabili, nonché gli ambiti entro cui praticarli. Verranno anche accennati gli strumenti per gestire e comunicare la politica di Csr. Saranno esposti casi di buone prassi che faciliteranno la comprensione della tematica trattata grazie all'apporto di esempi utili a rafforzare le scelte motivazionali alla base delle azioni di responsabilità sociale.

**CICLO DI WORKSHOP E-COMMERCE: ASPETTI FISCALI NEL COMMERCIO ELETTRONICO PER LE PMI**

**Data:** 8 ottobre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** illustrare il problema della tassazione nel commercio elettronico indiretto, dove il contratto è stipulato per via elettronica, mentre l'esecuzione dello stesso avviene per via tradizionale, e nel commercio elettronico diretto, dove tutte le fasi avvengono on line. Saranno analizzati i vari criteri di territorialità attraverso l'illustrazione di operazioni eseguite sia nell'ambito comunitario che extracomunitario. A partire dal 1° gennaio 2015 saranno in vigore le nuove regole dello sportello Unico - One Stop Shop (Moss) relativo ai servizi forniti per via elettronica a soggetti privati-consumatori.

**INCOTERMS® 2010: RISVOLTI FISCALI E DOGANALI**

**Data:** 4 dicembre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** analizzare gli Incoterms® editi dalla CCI di Parigi ponendo l'attenzione sui risvolti di carattere doganale e fiscale. Verranno pertanto evidenziate le casistiche inerenti alla corretta gestione delle formalità doganali di export e di import e saranno presi in considerazione i risvolti fiscali legati alle prove dell'avvenuta esportazione. Dal punto di vista delle importazioni verrà sottolineata l'importanza di una corretta applicazione degli Incoterms® ai fini del corretto calcolo dei diritti doganali

**LA DISCIPLINA DEI RAPPORTI COMMERCIALI CON L'ESTERO: UN'ANALISI DELLE CLAUSOLE PRINCIPALI**

**Data:** 15 ottobre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** fornire indicazioni pratiche sulla redazione delle principali clausole da introdurre nella disciplina dei rapporti commerciali con l'estero (ordini, conferme d'ordine, condizioni generali, vendita, agenzia e distribuzione). Particolare attenzione sarà data alle questioni riguardanti la legge applicabile e ai modi di risoluzione delle controversie.

**L'ESPORTAZIONE DEI BENI DUAL USE E LE RESTRIZIONI VERSO L'IRAN: QUALI NOVITÀ PER GLI OPERATORI**

**Data:** 6 novembre

**Durata:** mezza giornata (mattino)

**Obiettivi:** illustrare le regole per l'esportazione di beni a duplice uso (dual use), cioè quei prodotti che possono avere sia un uso civile sia militare. I beni dual use possono essere materiali, macchinari, software e tutti i prodotti che vengono venduti a scopo civile, ma che possono contribuire alla costruzione di armi o a programmi di proliferazione chimica, biologica nucleare ecc. Sarà, inoltre, fatto il punto sulle restrizioni verso l'Iran.



## Prodotti chimici e Reach: AssICC punto di riferimento alla Conferenza nazionale

**A** riconoscimento delle competenze dimostrate nei tavoli di lavoro e consultazione ministeriali in cui è presente, AssICC, Associazione italiana commercio chimico, è stata l'unica associazione di categoria chiamata ad intervenire nel panel dei relatori della 4ª Conferenza nazionale sul Reach - il Regolamento sulle sostanze chimiche, nato per la tutela dell'ambiente e della salute, che ha importanti ricadute su tutti i settori industriali e sui prodotti che arrivano negli scaffali dei punti vendita al dettaglio -

organizzato a Roma a dicembre dal Ministero dell'Ambiente. La Conferenza ha costituito un momento di confronto tra i vari attori coinvolti sugli sviluppi della normativa



Reach e le conseguenti ricadute per il mondo imprenditoriale, le amministrazioni pubbliche e per i cittadini. Alla Conferenza sono intervenuti i ministri dell'Ambiente, della Salute e dello Sviluppo Economico, rappresentanti della Commissione europea e dell'Agenzia europea per le sostanze chimiche (ECHA), delle Regioni, dell'Ispra (Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale), dell'Istituto Superiore di Sanità e delle associazioni dei consumatori e delle imprese. All'interno della Conferenza uno spazio importante è stato dedicato ai temi dell'informazione e della sicurezza dei



▲ **Sergio Fontana, vicepresidente AssICC**  
(Associazione italiana commercio chimico)

prodotti. Vi è stato un approfondimento sulle modalità di valutazione dei rischi per esposizione a sostanze chimiche pericolose. Sono state presentate, a riguardo, iniziative ed esperienze portate avanti da importanti settori nazionali produttivi quali il tessile (per questo settore sono in fase di creazione specifiche banche dati contenenti le sostanze chimiche utilizzate nell'intera filiera: obiettivo è quello di migliorare l'informazione al consumatore garantendo anche una maggiore sicurezza dei prodotti tessili venduti).

L'applicazione del Regolamento Reach renderà disponibile anche per il pubblico il più ampio database mondiale sulle sostanze chimiche. La Commissione europea si è impegnata

ad inserire tutte le sostanze ritenute estremamente pericolose nella cosiddetta candidate list entro il 2020. Conseguentemente queste sostanze, per poter essere immesse sul mercato, dovranno essere sottoposte ad autorizzazione. Gli effetti su queste sostanze deri-

vanti dal processo di autorizzazione potrebbero essere o la loro scomparsa dal mercato o la loro sostituzione con sostanze di minor pericolosità.

Il vicepresidente AssICC, Sergio Fontana, è intervenuto sottolineando le criticità per le aziende che, nella loro produzione, utilizzano sostanze chimiche rispetto agli adempimenti del Regolamento Reach. Gli aspetti più critici sono i tempi ristretti, ma soprattutto le scarse risorse finanziarie e del personale da dedicare all'adempimento degli obblighi. AssICC si è confermata un punto di riferimento nella collaborazione tra l'autorità competente e le altre associazioni per aiutare le aziende nell'adempimento del Regolamento.



*Gli appuntamenti 2014  
(al Capac Politecnico del Commercio di Milano)*

## Assonidi: il calendario formativo

Dopo il primo ciclo previsto a gennaio-febbraio (cinque incontri pomeridiani fino al 17/2 su "Suoni, voci e rumori dal concepimento al nido" con la dottoressa Maria Teresa Nardi), ecco gli altri appuntamenti previsti durante l'anno.



### Febbraio/marzo

*"Con-tatto per favore! Quando tocchiamo un bambino tocchiamo la persona intera"*

**Giorno:** martedì

**Date:** 11,18, 25 febbraio, 4 e 11 marzo

Cinque incontri pomeridiani (di 4 ore ciascuno dalle 14 alle 18) con la dottoressa Marta Montorfano.

Oltre alla comunicazione verbale vi è la necessità di toccare i bambini per farli muovere, stare fermi, cambiarli di posizione, rassicurarli, imboccarli, dar loro da bere, ecc. Anche la comunicazione non verbale richiede consapevolezza, conoscenza, attenzione. Nel corso vengono proposte occasioni di riflessione e interazione corporea sulle azioni di contatto quotidiane tra adulto e bambini.

### Aprile/maggio

*"Raccontare per raccontarsi: raccontare per pensare, raccontare per educare"*  
(Date ancora da definire nel momento in cui si scrive)

Cinque incontri pomeridiani (di 4 ore ciascuno dalle 14 alle 18) con la dottoressa Elisabetta Biffi.

E' stretto e complesso il legame tra narrazione ed educazione. Quali sono gli spazi per raccontare e raccontarsi nei servizi da 0 a 3 anni? E con quali storie? Il corso promuoverà occasioni di esperienza e sperimentazione delle pratiche autobiografiche e narrative. Sarà dato spazio alla condivisione nel gruppo, ma anche a momenti di lavoro individuale utilizzando tecniche narrative diverse: dalla scrittura, alla voce, all'immagine.

### Marzo/aprile

*"Progettare occasioni quotidiane e concrete di apprendimento affettivo, emotivo e cognitivo"*

**Giorno:** giovedì

**Date:** 13,20,27 marzo, 3 e 10 aprile

Cinque incontri pomeridiani (di 4 ore ciascuno dalle 14 alle 18) con la dottoressa Laura Moretti. Lavorare con la prima infanzia implica un intenso coinvolgimento personale ed emotivo: occorrono un costante sforzo di progettazione della proposta pedagogica ed una progettualità comune del gruppo di lavoro. Due gli approfondimenti del seminario: esplorare le rappresentazioni dell'infanzia fornendo suggerimenti per attuare buone prassi di accoglienza e di accompagnamento alla crescita dei bambini; interrogarsi sulla pedagogia del gioco al Nido.

### Maggio/giugno

*"Mettiamoci in rete: condividiamo ciò che facciamo"*

**Giorno:** mercoledì

**Date:** 14,21,28 maggio, 4 e 11 giugno.

Cinque incontri pomeridiani (di 4 ore ciascuno dalle 14 alle 18) con la dottoressa Paola Canni e la dottoressa Francesca Campolungo.

Mettere in rete buone prassi educative sperimentate, sviluppare un atteggiamento di ricerca e la capacità di valutare la qualità dell'agire educativo, individuare possibili azioni di miglioramento nella qualità dei servizi: questi i temi dell'iniziativa.

Assonidi - l'Associazione degli asili nido privati - ha approntato il calendario formativo per questo nuovo anno 2014 (già a dicembre la segreteria dell'Associazione ha chiesto alle imprese associate di comunicare l'interesse per specifiche iniziative). Gli appuntamenti sono fino a luglio: la formazione Assonidi Milano è gratuita per le imprese iscritte ed in regola con la quota associativa (riservata a titolari e soci delle strutture, dipendenti, apprendisti, collaboratori a progetto). I corsi si svolgeranno a Milano presso il Capac Politecnico del Commercio di viale Murillo 17. La frequenza delle sessioni formative è obbligatoria ai fini della certificazione (come previsto dalla normativa lombarda sull'accreditamento).



### Giugno/luglio

*"Nido sì, nido no? Il nido accoglie i neonati"*

**Giorno:** mercoledì

**Date:** 18,25 giugno, 2,9 e 16 luglio.

Cinque incontri pomeridiani (di 4 ore ciascuno dalle 14 alle 18) con la dottoressa Paola Canni e la dottoressa Francesca Campolungo.

Come gestire la richiesta di iscrizioni al nido di bambini molto piccoli, fornendo indicazioni utili su cosa possa comportare un distacco precoce dalla figura materna e paterna. Nel corso degli incontri verrà usata una metodologia attiva di coinvolgimento dei partecipanti e vi sarà anche un laboratorio di massaggio allo scopo di aumentare la sensibilità delle educatrici al contatto corporeo con bambini così piccoli.

*Concluso il periodo di commissariamento*

## Confcommercio Lodi Nuovo presidente e Consiglio direttivo

**P**er Confcommercio Lodi – che fa parte di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – è cominciata una fase nuova con l'assemblea e l'elezione del presidente e del Consiglio direttivo (vedi box sotto).

L'elezione ha di fatto concluso il periodo di commissariamento dell'Associazione di Lodi (chiuso dal primo gennaio). Carlo Alberto Panigo, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con incarico per i territori delle province e commissario a Lodi fino all'assemblea – ha riassunto gli obiettivi raggiunti che la nuova dirigenza eletta può ora ulteriormente sviluppare: lavoro di squadra per "gestire le responsabilità che derivano dal ricoprire incarichi nel sistema"; potenziamento e miglioramento della

qualità dei servizi resi agli associati; rafforzamento e, in alcuni casi, recupero del rapporto con le istituzioni del territorio: "abbiamo ritenuto fondamentale – ha fra l'altro spiegato Panigo – ristabilire un rapporto di

**Annarita Granata  
alla guida  
dell'Associazione**

grande sinergia con l'Associazione del Basso Lodigiano". All'assemblea di Confcommercio Lodi (svoltasi presso la

Camera di commercio lodigiana - è fra gli altri intervenuto il vicepresidente vicario lombardo e vicepresidente nazionale di Confcommercio Renato Borghi) sono stati premiati gli imprenditori: giovani imprese e quelle storiche del territorio (nella pagina di fronte box con i riconoscimenti assegnati).



1



2

### Associazione di Lodi: le nuove cariche sociali

L'assemblea ha eletto alla presidenza: **Annarita Granata** (Lodi), imprenditrice nella ristorazione.

Tre i vicepresidenti: **Marco Mola** (Bertonico) vicepresidente vicario (Mola è anche presidente lombardo Federcami vedi *Unioneinforma* di ottobre a pag. 9 n.d.r.); **Cristiano Basso** (Sant'Angelo Lodigiano), **Giuseppe De Palo** (Terranova dei Passerini).

Consiglieri: **Luigi Anelli** (Lodi); **Nadia Carelli** (Pieve Fissiraga); **Laura Cecchini** (Lodi); **Elena Fontanini** (Lodi); **Claudio Fratti** (Sant'Angelo Lodigiano); **Fabio Gittardi** (Lodi); **Giuseppe Leoni** (Lodi); **Annalisa Mariani** (Lodi); **M. Assunta Mecca** (Lodi); **Carlo Oppizzi** (Tavazzano); **Sara Pater** (Tavazzano); **Pierpaola Polledri** (San Martino in Strada); **Silvia Ravanello** (Lodi); **G. Paolo Riezzo** (Lodi); **Saverio Rizzitano** (Lodi); **Sandra Rozza** (Lodi); **Luigi Rusconi** (Sant'Angelo Lodigiano); **Paolo Sabbia** (Lodi); **Massimiliano Sesini** (Lodi); **Antonio Toscani** (Sant'Angelo Lodigiano); **Massimo Valente** (Lodi).



### Assemblea Lodi: le imprese premiate

Aziende storiche: *Linea Srl* (Lodi – teleria e arredo casa); *Bar Valente Snc* (Lodi); *Nervetti Carlo & Augusto Snc* (Sant' Angelo Lodigiano - albergo/ristorante); *Tavazzi Angelo e Figli Snc* (Lodi – abbigliamento); *Forneria San Lorenzo Snc* (Lodi – panificazione).

Aziende nuove: *Pbf Enterprise* (Lodi – bar); *Manuela Galuzzi* (Lodi – alimentari biologico); *Il Ventisei Snc* (Lodi – pub/bar); *Cristiano Fabbro* (Lodi – dolciumi/liquori); *Baby Birba Sas* (Zelo Buon Persico – asilo nido).



**Annarita Granata, presidente di Confcommercio Lodi** (foto 1)

**Annarita Granata assieme ai vicepresidenti dell'Associazione di Lodi: Marco Mola (vicario); Cristiano Basso, Giuseppe De Palo** (foto 2)

**Assemblea dell'Associazione di Lodi: giovane imprenditore premiato dal vicepresidente di Confcommercio Renato Borghi (foto 3) e impresa storica premiata dal vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo** (foto 4)

**Immagini dall'assemblea di Confcommercio Lodi** (foto 5 e 6)



Primo posto a Giuliana Colombo ("La Floreale")

## Cinisello Balsamo: le vetrine più belle del Natale

**S**erata di premiazione della vetrina di Natale più bella a Cinisello Balsamo, in gara nel concorso 2013 "Le vetrine presentano il Natale a

(via Carducci 2) di Giuliana Colombo; seconda "La Perla" di Pinuccia Lodola (piazza Gramsci 44); terza classificata Spada Tende Sas (via Frova 28); al

quarto posto Preatoni Salumiere Snc (piazza Turati 2).

L'iniziativa è stata promossa dall'Associazione di Cinisello Balsamo (Associazione territoriale Unione Confcommercio di Sesto San Giovanni), con il patrocinio del Comune di Cinisello e la collaborazione del Coro C.A.I. (Club Alpino Italiano) di Cinisello. Manifestazione che ha riscosso successo grazie alla grande partecipazione dei cinisellesi e dei commercianti che, con impegno, si sono attivati per addobbare le vetrine dei propri negozi.

## Parrucchieri ed estetisti Convenzione dell'Associazione territoriale di Binasco per lo smaltimento dei rifiuti pericolosi

**C**onvenzione dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Binasco con ECO3 Srl di Cura Carpignano (Pavia) per lo smaltimento dei rifiuti. La convenzione - segnala l'Associazione - è riservata ai parrucchieri ed estetisti associati e prevede la consegna di due box per lo smaltimento, a un prezzo molto concorrenziale, dei rifiuti definiti pericolosi utilizzati dagli operatori. La convenzione permette di assolvere agli obblighi di legge attualmente in vigore, evitando pertanto di incorrere nelle pesanti sanzioni previste in caso di inadempienza.

Va ricordato infatti - prosegue l'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Binasco - che con il cosiddetto decreto "Salva Italia" del Governo Monti, sono state emanate alcune disposizioni in materia di snellimenti burocratici: l'art 40, comma 8, ha disposto semplificazioni in materia di smaltimento dei rifiuti per i soggetti che svolgono le attività di estetista, acconciatore, trucco permanente e semipermanente, tatuaggio, piercing, agopuntura,

podologo, callista, manicure, pedicure e che producono rifiuti pericolosi e a rischio infettivo (aghi, siringhe e oggetti taglienti usati). In tali casi l'obbligo di registrazione sul registro di carico e scarico dei rifiuti e l'obbligo di comunicazione al Catasto dei rifiuti tramite il Modello Unico di Dichiarazione Ambientale si intendono eseguiti con la compilazione e conservazione, in ordine cronologico, dei formulari di trasporto. Obblighi per-



fettamente assolti aderendo alla convenzione stipulata dall'Associazione territoriale di Binasco (info: tel. 029055219).

**E A DICEMBRE A ROZZANO SI' ALLE DOMENICHE APERTE - Apertura nelle domeniche di dicembre per i parrucchieri ed estetisti di Rozzano città. Il Comune ha accolto la richiesta, presentata dal Gruppo parrucchieri ed estetisti aderenti all'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Binasco in deroga all'ordinanza 6833 del 9 luglio 2013 che prevede "tout court" l'obbligo di chiusura per parrucchieri ed estetisti nonostante - rileva l'Associazione - le passate proteste di un gran numero di cittadini e di parte degli operatori.**

**"Si è trattato di un significativo passo avanti nella trattativa con il Comune - ha affermato il presidente dell'Associazione territoriale di Binasco Pietro Montana - per giungere ad una completa revisione dell'ordinanza, se non alla sua completa abrogazione. Ordinanza che in un periodo di totali liberalizzazioni ha visto imporre la chiusura domenicale senza motivazione alcuna, ad un'intera categoria di artigiani lasciando invece la completa libertà di apertura agli stessi operatori del Centro commerciale".**



*Per i giorni delle trascorse festività natalizie e d'inizio anno*

**F**ino al 6 gennaio piazza della Scala a Milano è stata avvolta da luci e musica con "Polvere di stelle... Frammenti di luce" progetto promosso da Comune di Milano e Confcommercio Milano. Il progetto,

curato dallo scenografo Sebastiano Romano e dallo Studio Comunicazione & Immagine di Mariella Di Rao, ha avuto come "main sponsor" Clay Paky, ed è

Milano: luci e musica in piazza della Scala



Progetto di Comune e Confcommercio Milano. Fipe tra gli sponsor

stato sostenuto anche da Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi), Sforzin Illuminazione,

Joyo (lampada di Vivida) e dallo studio di progettazione GMS (sponsor tecnico dell'evento). (MD)



*I lavori per Traviata dedicati alla memoria di Adriano Mattavelli*

Addobbo floreale per la Prima della Scala con i fioristi volontari dell'Associazione di Milano e provincia

In occasione della Prima della Scala 2013 con la Traviata di Giuseppe Verdi, i fioristi dell'Associazione di Milano e provincia hanno lavorato, come tradizione, per l'allestimento floreale per il palco reale e i foyer. Il progetto - curato da Francesca Tasin, Federico Vassilli e Luca Pozzi (realizzato in collaborazione con la Direzione del

Teatro alla Scala) ha coinvolto una quarantina di fioristi volontari (vedi la copertina del numero di dicembre di *Unioneinforma* con la foto di gruppo dei fioristi con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli). L'Associazione fioristi di Milano e provincia ha dedicato l'attività volontaria di



decorazione per la Prima alla Scala con Traviata alla memoria di Adriano Mattavelli, insegnante della Scuola professionale dei fioristi al Capaccio Politecnico del Commercio di Milano. (*Lavori dei fioristi alla Scala: foto di Benedetta Borsani*)

# Le immagini del concerto in memoria delle vittime di piazza Fontana

**G**razie alla sinergia tra 50&Più - Confcommercio e l'Associazione vittime di Piazza

Fontana 12 dicembre 1969 (con il patrocinio del Comune di Milano), il 12 dicembre si è svolto nella sala

Orlando di Palazzo Castiglioni (sede della Confcommercio milanese) il Concerto per la commemorazione della strage di piazza Fontana (44° anniversario).

FuturOrchestra, diretta da Alessandro Cadario, ha eseguito l'ouverture da "La clemenza di Tito" di Mozart; la Sinfonia n.5 op.67 di Beethoven e Marcia n.1 op. 39 da



Foto di Massimo Garriboli



## Riproposta in Confcommercio Milano l'iniziativa promossa con 50&Più

"Pomp and Circumstance" di Elgar. FuturOrchestra raccoglie gli strumentisti dei Nuclei dai 12 ai 22 anni, e rientra nel "Sistema delle Orchestre e dei Cori Giovanili e Infantili in Italia", ideato su ispirazione di "El Sistema", modello educativo venezuelano fondato nel

1975 dal Maestro José Antonio Abreu (per offrire a bambini e giovani la possibilità di accedere gratuitamente a una formazione musicale collettiva) e sostenuto da Claudio Abbado. L'attività di FuturOrchestra è sostenuta dalla Fondazione Pasquinelli, primo partner del Sistema in Lombardia, dal Teatro Dal Verme e dalla Fondazione Antonio Carlo Monzino. (BB)

Wanna be the Boss?

Registrazione dei Docenti

Un docente che intende registrarsi deve accedere alla Sala Professori con le credenziali ricevute via mail. Termine registrazione: 31 Ottobre.

IN COLLABORAZIONE CON

Associazione Marketing de España

mk

Che cosa è Young Business Talents?

Young Business Talents è un simulatore d'impresa che ti permetterà di esercitarti a prendere decisioni di ogni tipo all'interno di un'azienda. Parteciperai ad una competizione a più livelli, regionale, nazionale e internazionale, che ti metterà in palio un montepremi di 16.800 Euro e un diploma per il tuo

PREMI:

Mettiamo in palio un montepremi di 16.800 Euro e un diploma per il tuo

Mancano:

29	14	42	38
Giorni	Ore	Minuti	Secondi

al termine della Registrazione dei Docenti e delle Iscrizioni degli Studenti

## Young Business Talents: successo di adesioni

per aspiranti imprenditori (sponsorizzato da Nivea - vedi pagina 32 di *Unioneinforma* di ottobre 2013 n.d.r.). Sono oltre

l'aiuto del web (attraverso l'utilizzo di un simulatore aziendale di terza generazione della Praxis MMT) coinvolge insegnanti e studenti. A Milano 117 le iscrizioni.

Il concorso, iniziato a novembre, termina a febbraio. La finale nazionale si svolgerà a marzo a Milano. Il team vincente a livello nazionale parteciperà alle finali internazionali.

Il montepremi del business game è di 16.800 euro, da suddividere tra le squadre migliori, più un diploma accreditante per tutti i semifinalisti. (SM)

Ulteriori informazioni sono reperibili sul sito <http://www.youngbusinesstalents.com/it/> e alla pagina Facebook <https://facebook.com/YoungBusinessTalentsIT>

Successo per la prima edizione di Young Business Talents (YBT), il primo talent

1750 i ragazzi che si sono iscritti alla prima edizione italiana del business game di gestione aziendale che, con

*Ambrogini 2013: attestato di civica benemerenzza*

# La premiazione del Gruppo Gelatieri di Milano

Le immagini della premiazione per l'Ambrogino 2013 del Comune di Milano con la consegna dell'attestato di

civica benemerenzza al Gruppo Gelatieri di Milano (Assofood-Confcommercio Milano - vedi *Unioneinforma* di dicembre a pagina 22 con anche il profilo del Gruppo Gelatieri):



**Fotografie dell'Ufficio Fotografici Comune di Milano**

da sinistra (foto 1) il presidente del Gruppo Luca Maggi, il direttore della filiera agroalimentare di Confcommercio Milano Claudio Salluzzo, il sindaco di Milano Giuliano Pisapia, il presidente del Consiglio comunale milanese Basilio Rizzo. Nelle altre immagini l'attestato di civica benemerenzza consegnato al Gruppo

Gelatieri di Milano (foto 2) e una veduta generale del palco della cerimonia degli Ambrogini (foto 3).



**informa**  
**Unione**

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE  
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

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

CONCESSIONARIA IN ESCLUSIVA PER LA VENDITA DELLA PUBBLICITÀ  
Star Business Srl  
Via di Novecchio 2/4  
Località Ospedaletto, 56121 - Pisa  
Tel. 0503163919  
[info@starbusiness.it](mailto:info@starbusiness.it) - [www.starbusiness.it](http://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.

*Associazione Matteo Cazzani e Ascofoto*

## I premiati del concorso fotografico "Vie di Fuga"

In Confcommercio Milano si è svolta la premiazione del concorso fotografico "Vie di Fuga", promosso dall'Associazione

Culturale Benefica Matteo Cazzani in collaborazione con Ascofoto (ha partecipato all'evento il vicepresidente Luigi Morello) e la Confcommercio



milanese. "Vie di Fuga" ha il patrocinio della Città di Vigevano. La giuria di "Vie di Fuga" era composta da esponenti del mondo culturale, accademico e imprenditoriale (come Manfredi Catella, amministratore delegato e azionista di Hines Italia).

"Vie di Fuga" del 2013 è stata l'undicesima edizione dell'iniziativa. Il concorso è a tema fisso sin dalla prima edizione ed offre all'artista ampie possibilità interpretative. Diverse sono le accezioni con cui intendere il concetto di fuga, per le arti visive è immediato il riferimento alla fuga prospettica rinascimentale; così come per alcuni la fuga è il tentativo di uscire, scappare dalla quotidianità, viaggio fisico o mentale. Accezioni etiche, politiche, passionali (dal sito dell'Associazione Culturale Benefica Matteo Cazzani)



**Foto (1) prima classificata:**  
*Mauro Pinotti*  
**Foto (2) seconda classificata:**  
*Cinzia Cappato*  
**Foto (3) terza classificata:**  
*Gianfranco Bella*  
**Menzione (4):** foto di *Valerio Oddo*  
**Menzione (5):** foto di *Nicola Palermo*



# Seguici, connettiti, informati



Controlla i nostri aggiornamenti su Facebook agli indirizzi  
[facebook.com/confcommerciomilano](https://facebook.com/confcommerciomilano)  
[facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa](https://facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa)



Seguici su Twitter all'indirizzo  
[twitter.com/confcommerciomi](https://twitter.com/confcommerciomi)



Guarda i nostri video su Youtube all'indirizzo  
[youtube.com/confcommerciomilano](https://youtube.com/confcommerciomilano)



Visita il sito [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

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