

Unione

informa



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

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

CLUB IMPRESE STORICHE



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

NEGOZI STORICI

REGIONE LOMBARDIA:
I NUOVI RICONOSCIMENTI E IL BANDO
"INNOVARE LA TRADIZIONE"

CARLO SANGALLI PRESIDENTE PORTAVOCE DI



RETE
IMPRESE ITALIA

Unione Confcommercio,
tutti gli strumenti giusti per
illuminare il **futuro** della tua
attività.



Per mantenere efficiente la tua azienda
e sfruttare ogni opportunità.

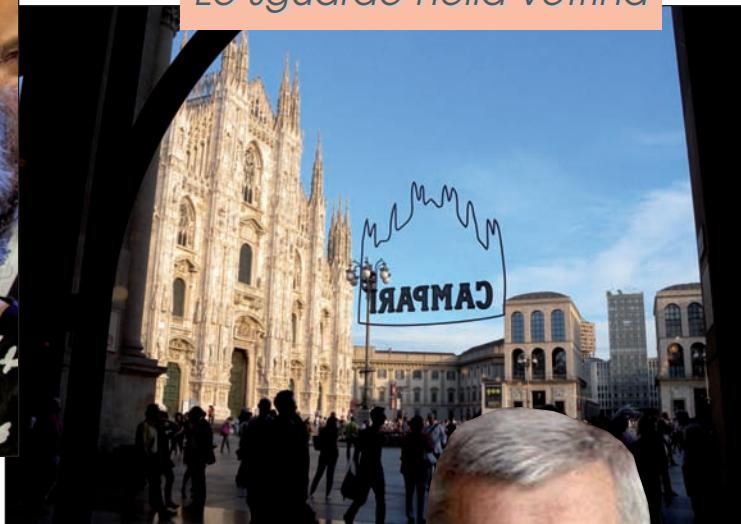
140 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI

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



Orlando Chiari e Teresa Miani

Lo sguardo nella vetrina



Camparino in Galleria 100 anni ed Expo: il rito dell'aperitivo con stile e creatività

Li si incontra all'ingresso di Galleria Vittorio Emanuele - al cuore del cuore di Milano - e non ci si può sbagliare: marito e moglie, inossidabili; lui, baffoni e l'aspetto di un ufficiale asburgico, ma buono come il pane; lei, una donna minuta, sempre capace di volare alto, come la Santa a cui deve l'onomastico, Teresa, patrona degli aviatori. Sono Orlando Chiari e Teresa Miani, due istituzioni che sovrintendono ad un locale che, da sola, la parola "storico" non riesce a descrivere. Il Camparino è un luogo sospeso tra passato e futuro, nato in questo periodo dell'anno, 100 anni fa, "fratello minore" del più noto locale "Campari" che campeggiava all'altro lato dell'ingresso in Galleria da piazza del Duomo.

Sotto il suo lampadario Liberty, con gli occhi sgranati davanti ai mosaici del bar e nelle orecchie il leggero frizzare del seltz, sono passati davvero tutti: da Verdi a Toscanini, dai futuristi agli artisti della televisione. E questo locale ha finito per segnare non solo i consumi dei milanesi, ma è riuscito anche a forgiare le loro abitudini. Qui il rito dell'aperitivo non è mai stato una moda: è diventato uno stile, fatto di professionalità e creatività. In questi 100 anni festeggiati con l'arrivo di Expo, al



di Carlo Sangalli (*)

Camparino in Galleria c'è sempre stata la capacità di inventarsi sempre qualcosa di nuovo, valorizzando in pieno la socialità del luogo crocevia di turisti e passaggio dei milanesi, ma senza dimenticare di puntare su professionalità ed eccellenze.

Così, in questi mesi, il Camparino strizza un occhio ad Expo, ma offre anche un'alternativa vincente a chi viene in città: ad esempio, ospitando in diverse serate i bartender italiani più famosi nel mondo e anche i giovani talenti emergenti nel settore. Per questo 100 anni non fanno del Camparino un "locale storico", ma un tassello vivo di quel mosaico che ritrae il presente e il futuro di Milano e che, per vedere sul serio, non si può mai guardare, né con distacco né da lontano...soprattutto, entrando in Galleria.

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





Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza E' nato il "Club Imprese Storiche"



Coordinatore Alfredo Zini

E' nato il "Club Imprese Storiche", l'iniziativa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza che vuole riunire e valorizzare tutte le imprese storiche associate (attive da 25 anni o più). Sul sito di Confcommercio Milano www.unionemilano.it ogni impresa aderente al "Club Imprese Storiche" può descrivere - attraverso immagini, clip o parole - i punti di forza e le caratteristiche della propria storia imprenditoriale. Nel sito sono presenti le singole schede delle imprese ed una sezione spiega come diventare soci del Club. Coordinatore del "Club Imprese Storiche" è Alfredo Zini. Il Club Imprese Storiche - spiega in una lettera indirizzata alle imprenditrici e agli imprenditori storici è "un luogo esclusivo dove riunire le imprese come la Tua che hanno saputo resistere nel tempo e danno oggi un messaggio di speranza e un esempio di imprenditorialità vincente". Per le imprese associate in possesso dei requisiti, l'adesione al "Club Imprese Storiche" è gratuita.

Per ulteriori informazioni telefonare allo 02/7750241 o scrivere a clubimpresestoriche@unione.milano.it



Milano - Ristorante Al Girarrosto da Cesarina

Negozi storici: i nuovi riconoscimenti di Regione Lombardia

Riconoscimento di 48 nuovi negozi storici da parte di Regione Lombardia. Ecco le imprese storiche a Milano, Lodi e Monza Brianza.

- Limbiate - Turri Antonio & Figli, corso Como 13 - 1930 (mobili)
- Meda - Amedeo Giraladin, via Solferino 35 - 1951 (abbigliamento)
- Bareggio - Market di Sainaghi, corso Italia 41 - 1911 (minimercato prodotti vari) ▶

In queste pagine - con la collaborazione delle associazioni di categoria e territoriali e la rete organizzata di Confcommercio, Milano, Lodi, Monza e Brianza - pubblichiamo le immagini fatte avere da alcune fra

le imprese associate che hanno ottenuto il riconoscimento. Nel caso di ulteriori segnalazioni da parte delle imprese associate, il giornale proseguirà nella pubblicazione di foto anche nel prossimo numero.

Contributo a fondo perduto per il 70% delle spese ammesse. Domande dalla seconda metà di settembre

Per le imprese storiche lombarde il bando "innovare la tradizione"

Confcommercio Lombardia segnala che è prevista in questi giorni (17 luglio) la data di pubblicazione del bando di Regione Lombardia "Innovare la tradizione", dedicato all'innovazione dei negozi storici lombardi, con uno stanziamento di 1 milione di euro. Sono potenziali beneficiari del bando – la presentazione delle domande è prevista nella seconda metà di settembre (da effettuare sul portale siage.regione.lombardia.it) - tutti i negozi storici riconosciuti da Regione Lombardia o che abbiano presentato formale richiesta di riconoscimento entro la data di pubblicazione del bando.

Regione Lombardia riconoscerà un contributo a fondo perduto per il 70% delle spese sostenute per innovazione, riconversione e sviluppo. E' previsto un investimento minimo di 8.000 euro (che, di fatto, scende a circa 2.400 euro con il beneficio del contributo) per interventi relativi a: innovazione digitale, allesti-

Per informazioni rivolgersi alla propria associazione di riferimento



mento di spazi espositivi interni ed esterni, acquisto di arredi, impianti e macchinari, hardware (pc, totem, schermi e vetrine interattive) e software, wi-fi, insegne e decori, efficientamento energetico, impiantistica (elettrica, idraulica, domotica a contenuto innovativo). Il 30% massimo del contributo potrà riguardare la parte corrente dell'investimento: progettazione, consulenze organizzative/finanziarie/commerciali (anche per il passaggio generazionale), iniziative ed eventi di comunicazione anche web e social, formazione del personale, siti internet, e-commerce, analisi di mercato.



Meda - Amedeo Giraldin



Milano - Berni Pane Pasticceria Bar

- Legnano - Ottica Gallo, galleria Ina - 1959
- Melegnano - Passerini Calzature (Zamati Veronica), via Zuavi 18 - 1955
- Melegnano - Foto Besozzi, via Zuavi 51 - 1947
- Milano - Seganti Arreda, via Lazzaro Papi 12 - 1964
- Milano - Ferramenta Mereghetti, piazza Mentana 7 - 1930
- Milano - Pasticceria Sommariva, via Crema 25 - 1919
- Milano - Pasticceria Anfossi, via Carabelli 1 - 1961
- Milano - L'Ortolano di Paolo Sarpi (D'Ambrosio Nicola), via Messina 1 - 1934
- Milano - Foto Veneta Ottica di Bisello, via Torino 57 - 1931
- Milano - Farmacia Roma, via Piacenza 24 - 1932

▶ ▶ ▶ segue a pag. 4 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶



Limbiate - Turri Antonio & Figli



- Milano - Farmacia Ponte Seveso, via Schiaparelli 4 - 1888
- Milano - Brunelli Latteria, via Stendhal 39 - 1946
- Milano - Brambilla Calzature, via Ripamonti 7/A - 1936
- Milano - Antica Osteria De Il Ronchettino (Phil Bar snc di Meazza Patrizia & Angelillo Vito), via Dei Missaglia 21 - 1929
- Milano - Bar Mercurio, via Dogana 3 - 1927
- Milano - Alla Collina Pistoiese, via Amedei 1 - 1938 (ristorante)
- Milano - Gioielleria Mario Fugazzi, via Mazzini 8 - 1914
- Milano - Ristorante Al Girarrosto da Cesarina, corso Venezia 31 - 1949

- Milano - Cartoleria Venezia, corso Venezia 37 - 1936
- Milano - Rimoldi Ottico in Milano, viale D'Annunzio 9 - 1932
- Milano - Berni Pane Pasticceria Bar, via Lomazzo 6 - 1956
- Milano - Biciclette Drali, via Agilulfo 18 - 1925
- Milano - Pasta Fresca e Granaglie (Cattaneo Maurizio), via Ponte Seveso 19 - 1931
- Milano - Gattullo (Gud srl), piazzale di Porta Lodovica 2 - 1961 (bar pasticceria)
- Lodi - Rovida, corso Roma 9 - 1963 minimercato



Melegnano - Foto Besozzi



Stefano Besozzi



Milano – Gattullo



Milano – Alla Collina Pistoiese



Bareggio – Market di Sainaghi



Milano – Seganti Arreda
(Giancarlo Seganti e Barbara Triulzi)



Veronica Zamati (Passerini Calzature)



Melegnano – Passerini Calzature

**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

Carlo Sangalli nuovo presidente portavoce di R.E TE Imprese Italia

Carlo Sangalli (foto), presidente di Confcommercio, è il nuovo presidente portavoce di R.E TE. Imprese Italia, l'Associazione unitaria delle cinque principali organizzazioni di rappresentanza delle piccole e medie imprese e dell'impresa diffusa (Casartigiani, Cna, Confartigianato, Confcommercio e Confesercenti) che raccolgono insieme oltre 2,5 milioni di imprese.



Calo dello 0,3% rispetto ad aprile, ma sale dell'1,2% tendenziale

Confcommercio: scende a maggio l'Indicatore dei Consumi

A maggio l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) scende dello 0,3% rispetto ad aprile mentre sale dell'1,2% tendenziale: nonostante il dato congiunturale negativo l'indicatore conferma comunque, in termini di media mobile a tre mesi, la tendenza al progressivo miglioramento tornando sui

La media mobile a tre mesi continua, comunque, a mostrare una tendenza al progressivo miglioramento con l'indice che torna sui valori di inizio 2013. Prezzi stabili

valori di inizio 2013. La flessione rispetto al mese precedente deriva da un ridimensionamento della domanda sia di beni (-0,4%) che di servizi (-0,2%). Per quanto riguarda le singole macrofunzioni di spesa, l'unico incremento ha riguardato l'acquisto di beni e di servizi per le comunicazioni (+0,4%), mentre per l'abbigliamento e calzature non si è registrata alcuna variazione. Dopo il buon risultato conseguito ad aprile, si è ridotta in maniera significativa la domanda per i beni ed i servizi per la mobilità (-1,5%), a causa di un rallentamento delle vendite di auto ai privati. La tendenza al ridimensionamento, seppur modesto, ha riguardato anche gli alberghi, i pasti e i consumi fuori casa (-0,3%) e alimentari, bevande e tabacchi (-0,3%). Di lieve entità è stata la riduzione della spesa per beni e servizi ricreativi (-0,1%), per i beni e i servizi per la cura della persona (-0,1%) e per i beni e servizi per la casa (-0,1%). Per quanto riguarda la tendenza a breve dei prezzi al consumo, l'Ufficio Studi Confcommercio stima per luglio una variazione nulla.



Presentazione nella sede della Confcommercio milanese

Con Federmobili "Il Negozio di Arredamento": la nuova **Bussola** di Confcommercio



Presentazione in Confcommercio Milano della Bussola "Il Negozio di Arredamento": qui sopra e in alto due momenti dell'intervento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - (immagini di Anna Luccisano)

Nella sede della Confcommercio milanese Federmobili e Confcommercio hanno presentato la nuova guida Confcommercio della collana "Le Bussole" dedicata al negozio d'arredamento. Un libro che vuole aiutare gli imprenditori a trovare idee per rinnovare la gestione e promuovere la propria azienda verso una clientela più ampia, anche considerando internet e il canale dei social media.

All'incontro, introdotto dal presidente Federmobili Mauro Mamoli, è intervenuto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. Sono inoltre intervenuti Arturo Dell'Acqua Bellavitis (presidente Innova.com); Donatella Cheri (senior analyst e partner Csil- Centre for industrial studies) e Luca Colombo (country manager di Facebook). Lorenzo Farina e Roberta Parollo hanno illustrato la Bussola "Il negozio di Arredamento".

Con 21 mila negozi, 14 miliardi di euro di venduto, più di 50 mila occupati nella distribuzione e

una quota di export mondiale pari all'8%, oltre al prestigio dei brand e alla qualità della produzione e del design, l'arredamento è un settore chiave dell'economia italiana.

La crisi economica, unita ad una contrazione del settore immobiliare e a mutamenti profondi nelle abitudini di acquisto dei consumatori (in tutti i settori e in tutti i paesi), impongono al negozio di arredamento un approccio innovativo per fidelizzare i propri clienti e conquistarne di nuovi.

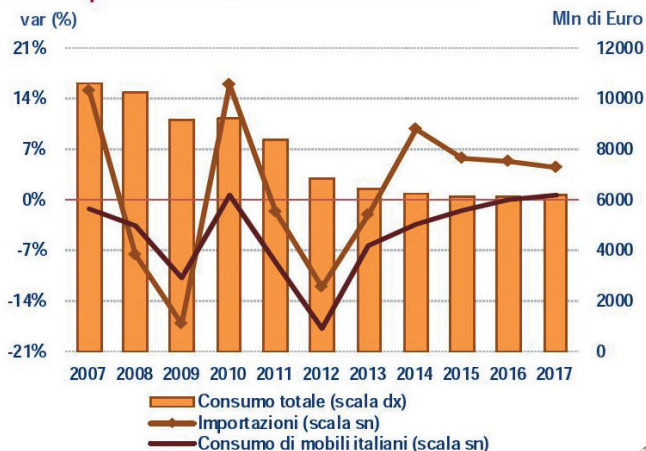
Si è accennato al canale dei social media: Luca Colombo ha evidenziato le potenzialità di Facebook come strumento efficace di targetizzazione, engagement e misurazione dei risultati, ma anche un bacino di utenza che solo in Italia raggiunge 21 milioni di persone ogni giorno, di cui 18 milioni connessi alla piattaforma da dispositivi mobili (numeri che al mese raggiungono i 26 milioni da desktop e i 23 milioni da mobile).

L'arredamento, per il suo indissolubile legame con la "casa" e con i luoghi dove il cliente e la sua famiglia vivono, è una delle categorie merceologiche a più alto contenuto emozionale e molte delle leve per una relazione coinvolgente con il cliente sono ancora in

mano al negozio. Con la Bussola "Il Negozio di Arredamento",

Il mercato del mobile in Italia, 2007-2014 e ... 2015-2017

Consumo interno apparente a prezzi alla produzione.
Variazioni a prezzi costanti e milioni di euro



Fonte: CSIL

Confcommercio e Federmobili vogliono aiutare le imprese associate a gestire queste leve al meglio: dal marketing mix, che definisce il posizionamento sul mercato, alla progettazione e gestione degli spazi espositivi per esaltare l'esperienza di acquisto dei clienti, alla gestione integrata dell'online e del negozio fisico, alla comunicazione, oggi non sempre centrata adeguatamente sulle emozioni che l'arredo è in grado di generare.

Come è nella filosofia delle "Bussole", particolare attenzione nella pubblicazione è stata dedicata, da una parte, alla gestione economica del punto vendita e alla sua profittabilità; dall'altra, agli ultimi trend del settore, corredati di esempi e casi aziendali dai quali trarre ispirazione.



Mauro Mamoli, presidente Federmobili



Le "Bussole" già pubblicate:

- ✓ La Ristorazione (settembre 2013)
- ✓ Il Negozio Alimentare (ottobre 2013)
- ✓ Il Negozio nell'era di Internet (settembre 2014)
- ✓ Il Bar (novembre 2014)



Con la collaborazione
di Confcommercio e Fipe

Il ristoratore che aderisce all'iniziativa esporrà sui tavoli del locale un pieghevole che illustra il contenuto e le finalità del progetto. Ne riproduciamo qui un estratto:

"Lei può dare il suo contributo per un mondo più aperto e solidale, ricordandosi anche di chi non sta alla sua tavola. Può iniziare a farlo da oggi.

Perché ha scelto un ristorante che ha aderito a 'Cena Sospesa', una rete di locali solidali promossa da Caritas Ambrosiana, Comune di Milano e le organizzazioni di categoria. In questo momento ha la possibilità di offrire un pasto a chi non può pagarselo. Con un semplice gesto, la sua offerta, di qualsiasi entità, contribuirà all'acquisto di ticket restaurant solidali 'Cena Sospesa' del valore di 10 euro. I volontari di Caritas Ambrosiana distribuiranno i buoni pasto alle persone che hanno bisogno di aiuto. Chi li riceverà potrà spenderli nei ristoranti e nei caffè della città come un qualsiasi altro cliente".

Milano e la "Cena sospesa"

Nell'anno di Expo, "Cena sospesa" è una bella iniziativa di solidarietà promossa dall'Arcidiocesi di Milano e dal Comune di Milano, realizzata con la collaborazione di Confcommercio e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). L'iniziativa si svolge, in questi mesi di Expo, nei ristoranti della città che aderiscono alla proposta.

L'obiettivo ambizioso è quello di invitare i cittadini milanesi a un gesto di condivisione che, si auspica, possa diventare una buona prassi diffusa e prolungata nel tempo. Trae spunto dalla nota tradizione napoletana del "caffè sospeso" secondo cui il cliente, entrando in un bar, prende un caffè lasciandone un altro pagato, a beneficio di chi verrà dopo di lui e ne farà richiesta. Analogamente, i clienti hanno la possibilità di lasciare un'offerta che servirà a pagare un pasto a una persona in difficoltà. Il cliente, all'atto del pagamento della cena, potrà fare una donazione da depositare all'interno di una teca di vetro sigillata con il marchio dell'iniziativa. Un volontario della Caritas si recherà periodicamente presso il ristorante aderente per prelevare le

offerte. Con le risorse raccolte, Caritas acquisterà buoni pasto da distribuire alle persone in difficoltà. I beneficiari potranno spendere i ticket in tutti gli esercizi che li accetteranno.

I ticket saranno distribuiti alle famiglie dai Centri di ascolto Caritas. Per stabilire il numero dei ticket e la frequenza di erogazione, il Centro di ascolto valuterà la situazione socioeconomica, il numero di minori a carico, lo stato di disoccupazione dei componenti attivi della famiglia e quali azioni sono in corso per la ricerca del lavoro, l'attivazione della rete dei servizi territoriali. I volontari dei Centri di ascolto avranno cura di riferire periodicamente alla direzione di Caritas Ambrosiana il numero di ticket-buoni pasto erogati e l'elenco dei beneficiari con le loro caratteristiche e i risultati ottenuti. (CC)

www.entemutuo.com - Il nuovo sito di Ente Mutuo



Per la mia salute
ho scelto uno strumento di precisione.

**ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA AGLI IMPRENDITORI
E PROFESSIONISTI ISCRITTI ALLE ASSOCIAZIONI
ADERENTI AD UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO,
LODI, MONZA E BRIANZA**

Ente Mutuo grazie alle sue caratteristiche e alla varietà dell'offerta è la soluzione ottimale per i **Soci Unione Confcommercio** che desiderano accedere ad un'Assistenza Sanitaria altamente qualificata.



www.entemutuomilano.it
marketing@entemutuomilano.it



Corso Venezia, 49 - 20121 Milano
Numero di telefono unico: 02.7750.950

Ente Mutuo. Piacere di stare bene. Insieme a chi ami.

Chi siamo

Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti. È una Società di Mutuo Soccorso 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 55 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
- Prestazioni odontoiatriche, Terapia fisica
- Ticket ed altri Contributi secondo quanto previsto dalla Forma di Assistenza prescelta, come da Regolamento Ente Mutuo

• **Novità 2015: Assistenza 24h/24h**

• **Novità 2015: Possibilità di versare i contributi mensilmente grazie a ProFamily**

Ente Mutuo. I numeri

- Opera da oltre 55 anni
- 25.000 Assistiti
- 680 Medici e Strutture Convenzionate
- 250.000 Prestazioni erogate ogni anno
- Presente sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza

Ente Mutuo. La sede

Milano - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno

Orario sportello: da lunedì a giovedì dalle 8.30 alle 16.30 e venerdì dalle 8.30 alle 15.30

Numero di telefono unico: 02.7750.950

Uffici distaccati di Milano:

Casa di Cura S. Camillo

Via Mauro Macchi, 5 - tel. 02 67071816

da lunedì a giovedì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 16.30

venerdì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 15.30

Centro Diagnostico Italiano

Via Saint Bon, 20 - tel. 02 48317592

da lunedì a giovedì 9.00 - 15.00

venerdì 9.00 - 14.00

Ente Mutuo. 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	Melegnano - Via Pertini 18/24	tel. 02 9830768
Binasco - S.S. dei Giovi 8	tel. 02 9055219	Melzo - Via Turati 6	tel. 02 9550084
Bollate - Via degli Alpini 4	tel. 02 3502814	Monza - Via De Amicis 9	tel. 039 360771
Bresso - Via Patellani 58/60	tel. 02 66501379	Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37	tel. 02 9181247
Cassano d'Adda - Via Verdi 5	tel. 0363 61503	Rho - Via XXV Aprile 6	tel. 02 9303480
Castano Primo - C.so San Rocco 1	tel. 0331 880691	Rozzano - Via Mimose 63	tel. 02 8257653
Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14	tel. 02 9230715	Segrate, Fraz. Rovagnasco - Via Monzese 20	tel. 02 2134518
Cinisello Balsamo - Via Frova 34	tel. 02 66049259	Seregno - Via Don Minzoni 2	tel. 0362 231234
Cologno Monzese - Piazza Italia 7	tel. 02 2543690	Sesto S. Giovanni - Viale Marelli 5	tel. 02 2621679
Corsico - Via della Liberazione 26/28	tel. 02 4479582	Seveso - Corso Marconi 35	tel. 0362 506724
Desio - Via Diaz 8	tel. 0362 624541	Vaprio d'Adda - Via Vanvitelli 32	tel. 02 90966402
Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2	tel. 02 9513320	Vimercate - Largo Pontida 3/9	tel. 039 6850839
Legnano - Via XX Settembre 12	tel. 0331 440335		
Lissone - Via Madonna 13	tel. 039 482045	Unione Confcommercio Lodi	
Magenta - Via Volta 62	tel. 02 97298074	Lodi - Via Haussmann, 1/B	tel. 0371 432106

Per un preventivo gratuito www.entemutuomilano.it

Accolte dal Comune le richieste di Confcommercio Milano e degli operatori

Milano e i cantieri della M4: aree di carico-scarico merci per il tratto di via Lorenteggio

Dopo un sopralluogo (con i rappresentanti Confcommercio) sono state individuate a Milano, in via Lorenteggio, le aree più adatte dove poter realizzare aree di carico/scarico merci per le imprese commerciali situate nelle zone coinvolte dai cantieri della M4 (Metropolitana 4). Pieno l'accoglimento delle richieste avanzate da Confcommercio Milano e dalle imprese: un risultato importante, frutto di un percorso di collaborazione instaurato con l'Amministrazione comunale (Assessorato alla Mobilità). Nel momento in cui si scrive le piazzole di



sosta sono già in realizzazione (era stata prevista l'attivazione di una procedura abbreviata così da poter arrecare il minor disagio possibile agli esercizi commerciali). (AL)

Sul sito di Confcommercio Milano www.unionemilano.it informazioni e aggiornamenti sui cantieri della M4.

segnaliamo che... - ■



Due video ExpoFacile sul canale Youtube della Confcommercio milanese

Milano e il valore dell'accessibilità

comportamentali, ma anche un valore aggiunto economico con una migliore offerta dei servizi usufruibili da tutti. Con la condivisione e diffusione di questi video Confcommercio Milano prosegue il percorso di collaborazione avviato con Ledha (Lega per i diritti delle persone con disabilità) e Comune di Milano (Assessorato alle Politiche sociali e Cultura della salute) per promuovere accoglienza e accessibilità in occasione di Expo.

Due i video di ExpoFacile Milano 2015 (Tutta la Milano che puoi), sul canale Youtube di Confcommercio Milano youtube.com/ConfcommercioMilano, che aiutano a meglio comprendere come l'accessibilità sia non soltanto un valore sociale per rimuovere le barriere culturali, ambientali e



Club della Sicurezza di Promo.Ter Unione



Promo.Ter Unione
CLUB della SICUREZZA

Sportello informativo presso Epam (pubblici esercizi)

Presso gli uffici di Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi, corso Venezia 51) è stato predisposto, in collaborazione con il Club della Sicurezza di Promo.Ter Unione, uno sportello informativo destinato a tutti gli imprenditori associati interessati ad approfondire i temi legati al rispetto delle norme previste per l'igiene degli alimenti, non-

ché per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro (qualora in azienda siano presenti dipendenti e/o soci lavoratori).

Lo sportello presso Epam è presidiato da un esperto consulente di Promo.Ter Club della Sicurezza che, a titolo gratuito, è presente per incontrare le aziende interessate ogni lunedì (tra le 9 e le 12).

La corretta tenuta del Piano di autocontrollo, ai fini Haccp, le informazioni sulla presenza di allergeni negli alimenti, l'aggiornamento formativo in materia d'igiene alimentare, la redazione del Documento di valutazione dei rischi, la formazione dei lavoratori, nonché quella di coloro che sono addetti alle emergenze, sono sicuramente aspetti da non sottovalutare per evitare possibili sanzioni, spesso di natura penale, per gli inadempienti.

Le aziende associate a Epam sono invitate a cogliere quest'opportunità: contattando la segreteria dell'Associazione (0277502347) è possibile fissare preventivamente gli appuntamenti con il consulente al fine di evitare inutili attese.



Verifica degli impianti di messa a terra

Il dpr 462/2001 riguardante il regolamento per la denuncia di installazioni e dispositivi di messa a terra di impianti elettrici e di impianti elettrici pericolosi, di dispositivi contro le scariche atmosferiche prevede, tra l'altro, l'obbligo per i datori di lavoro, dell'esecuzione di verifiche periodiche obbligatorie.

Il regolamento disciplina gli impianti realizzati nei luoghi di lavoro, intendendo per luoghi di lavoro le attività alle quali siano addetti lavoratori subordinati o ad essi equiparati, le procedure e le modalità di omologazione e di effettuazione delle verifiche periodiche.

La mancata verifica comporta precise ed inevitabili responsabilità civili e penali in caso d'infortunio e/o in caso di controllo da parte delle autorità di pubblica vigilanza.

La periodicità delle verifiche degli impianti citati è pari a: 2 anni nelle attività soggette alla certificazione normativa antincendio, negli ospedali, nelle case di cura, negli ambulatori e negli studi medici, nei cantieri, nei luoghi con pericolo di esplosione; 5 anni in tutte le altre attività.



Per l'assolvimento di questi obblighi le aziende possono rivolgersi al Club della Sicurezza di Promo.Ter Unione (tel. 02 7750590/591 – e-mail: club.sicurezza@unione.milano.it) dove è previsto un servizio di assistenza a costi contenuti. Il servizio prevede, preliminarmente, un sopralluogo gratuito in azienda da parte di un consulente per la verifica delle caratteristiche dell'impianto elettrico e della dichiarazione di conformità.

Con **Apa** sconti del 20% per le imprese associate nelle autorimesse convenzionate

Apa, l'Associazione milanese autorimesse offre una convenzione alle imprese iscritte ad Unione Confcommercio: le autorimesse applicano il 20% di sconto sui servizi di

- lavaggio auto
- sosta auto (minimo 4 ore)
- sosta auto giornaliera
- sosta auto settimanale
- sosta auto mensile



Si possono trovare le autorimesse che aderiscono all'iniziativa sul sito www.unionemilano.it, nella sezione della convenzione dedicata ad Apa, oppure sul sito dell'Associazione www.parkingmilanoapa.it.



Dati on line in sicurezza con **Gdata**

Gdata offre un sistema per mettere in sicurezza le reti informatiche e per garantire protezione e privacy su tutti i vostri dispositivi.

Computer, social network, e-mail, smartphone e tv con connessione internet sono strumenti che ormai fanno parte della vita di tutti i giorni, determinano la comunicazione moderna e facilitando la nostra vita. Ma hanno un rovescio della medaglia: un costante aumento della criminalità online. Puoi proteggere i tuoi dati affidandoli a GData, che utilizza la migliore tecnologia Made in Germany. Sconto immediato del 50% su tutti i prodotti consumer GData e fino al 30% sulle soluzioni per aziende GData Corporate.



Pacchetti sms in alta qualità con **SMSHosting**



SMSHosting.it offre in esclusiva per i soci Unione Confcommercio pacchetti sms in alta qualità per campagne marketing. Invio garantito entro pochi secondi,

ricevuta di consegna, personalizzazione del mittente, landing page e modalità di invio da web ed email sono solo alcuni tra i servizi offerti da SmsHosting.it. Sconti fino al 25% in base al quantitativo di sms acquistati.

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



Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: il commosso saluto a Dino Abbascià

Il commosso ricordo all'assemblea del 15 giugno, la camera ardente nella sede milanese di Palazzo Castiglioni in corso Venezia e la grande e sentita partecipazione ai funerali, a Milano, nella chiesa parrocchiale di San Gioachimo: così Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha salutato Dino Abbascià, mancato dopo una lunga malattia.

E Unioneinforma (a giornale già chiuso) ha ricordato Dino Abbascià dedicandogli la copertina dello scorso numero (foto in questa pagina n.d.r.).

La sua scomparsa è stata una grave perdita per il commercio milanese e di tutta Italia: Dino Abbascià era consigliere di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; componente della Consulta del presidente Carlo Sangalli, presidente del Sindacato milanese dettaglianti ortofrutticoli e vicepresidente delegato di Ente Mutuo (l'Ente di assistenza sanitaria integrativa della Confcommercio milanese).

Abbaschià era presidente di Fida, la Federazione nazionale del dettaglio alimentare di Confcommercio.

La famiglia Abbascià ringrazia gli amici dell'Unione del Commercio per la vicinanza manifestata con delicatezza e affetto in occasione della perdita del caro Dino.



Dino Abbascià ha rappresentato, con la sua vita professionale, la storia di quella Milano capace di accogliere e coinvolgere un'imprenditorialità che si distingue per intraprendenza e nel sapersi costantemente innovare.

Un "fruttivendolo" - come si definiva - che ha studiato il mercato, si è applicato nel marketing, nelle norme sanitarie. Una figura imprenditoriale completa e moderna.

Dino Abbascià, secondo di sei fratelli, è nato in Puglia, a Bisceglie, nel 1942. E' arrivato a Milano alla metà degli Anni Cinquanta ed ha cominciato a lavorare in giovane età come garzone in un negozio di frutta (appena aveva tempo andava anche a vendere gelati in un vicino cinema). La sua predisposizione all'attività commerciale e la grande, instancabile,

segue a pag. 18 ▶



Quella "scintilla" dell'imprenditore *

Come diceva Sant'Agostino "Le parole insegnano, gli esempi trascinano". Ed è proprio l'esempio di Dino Abbascià che niente e nessuno potrà portare via alla nostra Organizzazione. Quando, due anni fa, presentai il primo volume della collana Le Bussole dedicata al Negozio Alimentare (pochi giorni fa abbiamo inaugurato il quinto volume - vedi alle pagine 8 e 9 n.d.r) al mio fianco in Sala Orlando nella sede di corso Venezia c'era Dino Abbascià. Allora, come oggi, dissi che bisognerebbe leggere la storia di quest'uomo straordinario per capire cos'è un imprenditore. La sua è la storia di un ragazzo di bottega che è diventato un punto di riferimento nel suo settore facendo conto solo sulla famiglia e su due qualità. La prima, certamente, è stata la fatica: tanto, tanto lavoro, Dino si è svegliato per 50 anni alle 3 del mattino per andare all'Ortomercato. La seconda è stata la "scintilla", quella che - se incrociavi il suo sguardo - brillava sempre negli occhi di Dino: la scintilla è l'idea in più, quella che ti rende riconoscibile, competitivo, unico, coraggioso. E' quella scintilla che trasforma un "desiderio" in "impresa". Di Dino Abbascià, purtroppo per noi, non potremo averne altri. Ma teniamo stretti il suo ricordo e il suo esempio...contagiosi di vita, come era lui.

*di Carlo Sangalli

Riportiamo il testo integrale del discorso tenuto dal Presidente di Confcommercio Carlo Sangalli alla cerimonia funebre di Dino Abbascià

"E' difficile, se non impossibile, raccontare Dino Abbascià in pochi minuti. Un po' per l'emozione che stringe alla gola, un po' per come era fatto lui, Dino è una perdita infinita. E' stato un grande, grandissimo uomo, un esempio unico di equilibrio tra impresa e sindacato, tra amicizia e libertà e, grazie a questo suo 'tenere insieme', ha avuto un vita davvero piena. Ma - ogni gioia, ogni soddisfazione che ha avuto, ogni carica che ha ricoperto, ogni successo - Dino si è meritato sempre tutto: Dino si è conquistato sempre tutto. Perché lavorava, si impegnava, si interessava davvero.

E' stato uno dei sindacalisti più bravi, capaci e appassionati che siano entrati in corso Venezia a Milano e in piazza Giocchino Belli a Roma. Quando qualcuno gli faceva i complimenti, Dino si scherniva, si presentava dicendo: "piacere, Dino, fruttivendolo" e raccontava che "aveva studiato al mercato". Ma poi era sempre preparatissimo nei suoi incarichi: era, è, un patrimonio di Confcommercio; un imprenditore sociale nel senso vero del termine. Non ho mai conosciuto nessuno così serio nei contenuti e nelle

battaglie, ma allo stesso tempo capace di rendere tutto - la vita, le difficoltà, le delusioni - un po' più leggere,

con quel suo modo lieve di fare, con il sorriso e quegli occhi che gli brillavano sempre.

Come quando, diversi anni fa, mi spiegò come aveva deciso di finanziare una scuola in Africa: raccontava che era sulla spiaggia e aveva visto questo gruppo di ragazzini; si era avvicinato per vedere cosa facessero e si era reso conto che studiavano sotto un albero per proteggersi dal caldo. Quindi aveva deciso di far costruire loro una scuola. Dino te la raccontava così, con semplicità.

Come quando gli chiedevo cos'era un qualche strano frutto esotico che non conoscevo e lui mi rispondeva "mangia Carluccio, mangia che ti fa bene". Scherzava, ma intanto ha costruito un impero della frutta a Milano, senza mai dimenticare la sua terra. La sua è stata una bella storia imprenditoriale,



segue a pag. 18 ▶

segue da pag. 16 ▶

applicazione nel lavoro, sono emerse subito e Dino Abbascià ha lavorato nei migliori negozi di ortofrutta della città. Poi si è messo in proprio assieme ai suoi fratelli e, agli inizi degli Anni Sessanta, anche i genitori sono giunti a Milano. Venne acquistato il Frutteto in corso di Porta Nuova (foto qui sotto da un servizio di Famiglia Cristiana) e l'attività aziendale, con gli anni, si è man mano estesa fino ad essere la realtà odierna: una società per azioni di impronta familiare che porta i migliori prodotti di frutta ad aziende (alberghi, ristoranti) e consumatori. Ultimo, recente sviluppo imprenditoriale: la scelta dei prodotti dei Fratelli Abbascià da parte di Bistrot Milano Duomo.



A sinistra: Dino Abbascià. Sopra: in una foto d'epoca con Donato (il più grande). A destra, in alto: con i fratelli Donato e Nicola. Il "quarto" Abbascià è Pietro, che gestisce il negozio di Milano. A fianco: Maria Teresa, moglie di Dino, mostra un frutto esotico: era il 1970 e ancora non se ne vedevano molti.

Da un servizio di Famiglia Cristiana del 2006

Abbascià, ogni notte, ha frequentato l'Ortomercato per pianificare gli acquisti ed è sempre stato attento alle novità: è cominciata ad esempio con lui, a Milano, la conoscenza e diffusione della frutta esotica. Vera e propria autorità nel campo dell'ortofrutta, una volta che più o meno tutto è stato scoperto, ha consigliato, nei consumi, di rispettare la stagionalità dei prodotti. Dino Abbascià ha sempre avuto nel suo cuore la Puglia: presidente dell'Associazione pugliesi a Milano ha, anche in questo campo, lavorato con grande intensità distinguendosi per innumerevoli iniziative di carattere culturale e sociale.

Dino Abbascià era attivo anche nella solidarietà ed ha fondato una scuola per bambini in Kenya.

Alla moglie Maria Teresa, compagna di vita e di lavoro, ai figli Francesco e Anna Maria - ai fratelli e ai loro familiari - vanno le condoglianze del giornale il cordoglio e l'affetto di tutta la Confcommercio.



segue da pag. 17 ▶

di quelle che si raccontano e che danno speranza nella nostra città. Abbascià lo conoscevano tutti: era l'amico che ognuno vorrebbe avere e l'alleato che non chiede niente in cambio. Un uomo speciale.

E ci sono tante cose bellissime che si potrebbero raccontare sulla sua vita, ma ce n'è una che mi ha colpito sulla sua scomparsa. Anche in questi giorni di dolore, quello che più mi ha impressionato è che tutti, TUTTI, quelli che incontro hanno sempre qualcosa di bello da raccontare su Dino: un episodio, una parola detta, uno scherzo, un aiuto ricevuto. Non importa se lo conoscevano poco o tanto, se erano giovani o anziani, professori o magazzinieri... Dino lasciava - nel suo modo garbato e simpaticissimo di fare - il segno in tutte le persone che incontrava.

Per questo, per parlare di Dino, anche io vorrei condividere un ricordo. E, tra tanti, ho scelto l'ultimo.

Eravamo in ospedale, giovedì scorso. Era provato dalla malattia e non riusciva a parlare. Sono arrivato, aveva gli occhi chiusi. Il medico, Galmozzi, l'ha chiamato con un po' di insistenza. Dino ha aperto un occhio e ha messo la mano sulla fronte a fargli il saluto militare, "agli ordini" voleva dire... scherzava ancora. Si è girato verso Maria Teresa e l'ha salutata facendole un occholino pieno di dolcezza ed intimità: un gesto bellissimo, pieno di amore e ricono-

scenza. Il dottore allora gli ha detto "c'è anche Carluccio". E lui si è girato verso di me e alla

fronte, oltre la sinistra, ha portato anche la mano destra, a me spettava il doppio saluto militare... come a dirmi che era sempre a disposizione. Dino, la nostra maglia, non l'ha lasciata mai. Per lui Confcommercio era una seconda casa e una seconda famiglia... a volte anche la prima, dice giustamente Maria Teresa in modo bonario. Quando gli ho detto "ci vediamo presto" ha allargato le braccia in un gesto a significare "chissà cosa succederà": non era, però, un gesto disperato. E non era neanche un gesto rassegnato.

Era un gesto di un uomo coraggioso e generoso che comunque abbracciava il futuro con dignità. Aveva gli occhi tristi, ma aperti e vivi come sempre. Dino è un uomo che ha vissuto la vita da vivo. E i suoi occhi sono sempre stati, fino all'ultimo, quelli del ragazzino che andava a scaricare le cassette al mercato con un progetto in testa.

Per questo, forse, è così difficile pensare, quegli occhi, di non vederli più.

Ciao Dino.



Massimo Maria Molla, presidente di Avis Milano

Opportunità per i donatori di sangue con l'Ente di assistenza sanitaria integrativa della Confcommercio milanese

Ente Mutuo e Avis Milano: accordo di collaborazione

Accordo di collaborazione tra Ente Mutuo, l'Ente di assistenza sanitaria integrativa di Confcommercio Milano, e Avis Milano. L'accordo Ente Mutuo-Avis Milano prevede: la possibilità per il donatore periodico Avis Milano di essere considerato come un socio Confcommercio Milano e di iscriversi ad Ente Mutuo con una quota scontata (usufruendo di promozioni-convenzioni commerciali Confcommercio).

Il donatore Avis Milano può iscriversi individualmente ad Ente Mutuo e non come nucleo familiare.

Nel caso di adesione all'Ente Mutuo dell'intero nucleo familiare del donatore di sangue Avis Milano, è gratuita l'iscrizione ad Ente Mutuo per i neonati.

E' stata inoltre innalzata a 65 anni (limite per la donazione di sangue) l'età di ingresso ad Ente Mutuo nella forma base specialistica e ambulatoriale.

L'Associazione Orafa Lombarda e "l'Osservatorio Brands"

L'Associazione Orafa Lombarda, per adattarsi ai sempre più mutevoli cambiamenti in atto nella distribuzione commerciale e per tutelare la distribuzione al dettaglio, ha messo in campo l'iniziativa "Osservatorio Brands", un monitoraggio costante e permanente di tutti i fenomeni commerciali riguardanti le marche dei prodotti distribuiti dalle gioiellerie. La distribuzione al dettaglio nel settore orafa è in Italia ancora significativa - 20.000 punti vendita - e costituisce un importante riferimento per i consumatori. La segreteria dell'Associazione Orafa Lombarda (email info@orafalombarda.it - tel. 0276395042) si propone come punto di raccolta e di divulgazione di tutte le segnalazioni provenienti dai negozi. L'iniziativa dell'Associazione Orafa Lombarda - spiegano i promotori in una lettera aperta (Rino De Feo,



consigliere della categoria dettaglianti e responsabile "Osservatorio Brands" - Daniele Oldani, presidente della categoria dettaglianti dell'Associazione) - non è "una antistorica crociata contro le marche", ma ha l'obiettivo "di premiare quei 'brands' che vogliono operare nella trasparenza e in collaborazione con il dettaglio".

L'Associazione Orafa Lombarda istituisce, inoltre, un servizio complementare, "SOS Negozi-Brands", sempre per dare assistenza e consulenza ai negozi, qualora emergessero criticità nelle relazioni commerciali con i brand.



Ottimo esito per il format ideato dalle associazioni ART (Arti della Tavola e del Regalo) e Altoga (l'Associazione dei torrefattori lombardi e importatori di caffè) e promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Milano: 25.000 persone al Castello Sforzesco per "Enjoy The Table"



Quattro giorni intensi al Castello Sforzesco di Milano (Cortile delle Armi) per "Enjoy The Table", il format ideato dalle associazioni ART (Arti della Tavola e del Regalo) e Altoga (l'Associazione dei torrefattori lombardi e importatori di caffè) e promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Le quattro giornate tematiche di Enjoy The Table sono state dedicate a feste, tradizione, benessere e street food.

Obiettivo di Enjoy The Table al Castello è stato quello di far riscoprire al grande pubblico la cultura del gusto della tavola, ma anche dei segreti del caffè e della cucina sana e sostenibile. Il tutto è stato reso possibile da professionisti e esperti del settore, chef stellati di Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi), barman



della Professional Coffee Academy, torrefattori con alle spalle una lunga tradizione. Da rilevare anche l'intervento di dietisti e nutrizionisti, in particolare la partnership con Ente Mutuo (l'Ente di assistenza sanitaria integrativa di Concommercio Milano) ha arricchito i contenuti della manifestazione, grazie all'intervento della professoressa Daniela Lucini di Humanitas. Quattro giornate ricche di appuntamenti che iniziavano alle 9 con la colazione grazie ai maestri della Professional Coffee Academy, per proseguire con training dedicati alla presentazione di utensili innovativi per la cucina che facilitano la preparazione di cibi sani, il tutto accompagnato dall'esposizione di ispirazioni per l'allestimento della tavola in ogni occasione. E poi showcooking a pranzo condotti dagli chef stellati Fipe come Giancarlo Morelli e Claudio Sadler, e tavole rotonde e dibattiti sull'arte di decorare



Donatella Galli, presidente di ART



Remo Ottolina, presidente di Altoga

la tavola nel passato e nel presente, sulla pulizia delle macchine da caffè, su come si fa un ottimo espresso.

25.000 le persone tra milanesi, turisti italiani e stranieri, che hanno visitato la kermesse: 2.500 espressi offerti ogni giorno, quasi un migliaio di capsule utilizzate nelle dimostrazioni delle macchine da caffè per uso casalingo. 200 le degustazioni per ogni showcooking. E ancora: il weekend ha portato a offrire, solo nell'happy hour di sabato 27 giugno, 1.300 cocktail in mezz'ora. E circa 1.000 caffè sono stati offerti tra sabato 27 e domenica 28 da Rancilio Group e le sue macchine di ultima generazione.

Il percorso di Enjoy The Table proseguirà nelle manifestazioni fieristiche Homi (dal 12 al 15 settembre) e Host (dal 23 al 27 ottobre).



(Enjoy The Table: foto di Benedetta Borsani)

UNIONE

premia la tua

FEDelta

Per il sesto anno consecutivo continua l'iniziativa dedicata
a Te socio che sei Fedele
alla nostra *Organizzazione*

Per le imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni, a titolo di **PREMIO FEDelta***, Unione Confcommercio riserva ulteriori condizioni esclusive all'interno di alcune **convenzioni bancarie** sottoscritte con i principali istituti di credito.

Il **PREMIO FEDelta**' è un contenuto esclusivo delle convenzioni stipulate con:

BANCA SELLA
BANCA POPOLARE DI VICENZA
CREDITO ARTIGIANO
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 2015 le annualità si riferiscono agli anni 2013/2014/2015).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



Tavoli tematici, confronto di idee, networking

Giovani imprenditori Confcommercio in Expo con "Sharelt 3"



A Expo Milano 2015 due-giorni dei Giovani imprenditori Confcommercio (Gruppo nazionale e Gruppo Giovani imprenditori di Confcommercio Milano) con "Sharelt 3": format creato per favorire l'incontro, lo scambio di know how e idee, ed alimentare nuove occasioni di networking fra l'imprenditorialità emergente nel terziario.

70 giovani imprenditori del terziario italiano ed europeo si sono riuniti a rotazione intorno a sette tavoli tematici (ciascun tavolo con un moderatore esterno che ha governato la discussione, secondo lo schema già collaudato di Expo delle Idee) su temi rilevanti per il terziario di mercato:

Commercio food, Commercio non food, Horeca, Servizi, SMEs Branding e Naming, Esperienzialità in Store, Reti d'impresa e costruzioni di filiera. Il contributo emerso ai tavoli tematici di discussione di "Sharelt 3" porterà ad un documento programmatico che sintetizzerà buone pratiche, linee guida



imprenditoriali, percorsi per il futuro dei mercati di riferimento. "Sharelt 3" è proseguito con visite guidate e incontri in Expo.

("Sharelt 3": foto di Mattia Dognini e Francesco Cosentino)

"Comuni Ricicloni 2015" di Legambiente

Shopper bio: su segnalazione di Assobioplastiche premiata la campagna informativa realizzata con Camera di Commercio e Confcommercio Milano

Su segnalazione di Assobioplastiche premiata, nell'ambito dei riconoscimenti "Comuni Ricicloni 2015" di Legambiente, la campagna con la Camera di Commercio di Milano e la Confcommercio milanese - con Apeca, l'Associazione del commercio su area pubblica - per diffondere i sacchetti bio ed informare le imprese sulla normativa a tutela dell'ambiente (normativa che ha tra l'altro equiparato, con

effetti sanzionatori, chi vende i sacchetti non più a norma con chi li offre gratuitamente). La campagna ha anche visto, con Apeca, la diffusione degli shopper biodegradabili nei mercati all'aperto milanesi.

La collaborazione di Apeca per la diffusione dei sacchetti della spesa biodegradabili nei mercati

Attenzione!
Dal 21 agosto 2014 sono in vigore sanzioni molto onerose a carico di chi commercializza o distribuisce gratuitamente sacchetti non a norma. Vi consigliamo la massima attenzione nel verificare che gli shopper che state per acquistare rispondano ai requisiti previsti dalla legge.

Come riconoscere gli shopper conformi alla legge?

Sacchi compostabili SI
Gli shopper compostabili sono conformi alla legge perché riportano le sigle UNI EN 13432.

Sacchi riutilizzabili SI
Questi shopper sono molto resistenti per consentire una lunga vita e un corretto riuso. Sono conformi solo gli shopper realizzati che rispettano i seguenti requisiti:

MANICOLA ESTERNA	MANICOLA INTERNA
• 200 micron per uso alimentare. Densità superiore a 10% di plastica riciclata.	• 100 micron per uso alimentare. Densità superiore a 10% di plastica riciclata.
• 100 micron per altri usi. Densità superiore a 10% di plastica riciclata.	• 40 micron per altri usi. Densità superiore a 10% di plastica riciclata.

Attenzione! NO
Tutti gli shopper che non hanno le caratteristiche di compostabilità o di composizione indicate non sono conformi alla legge e comportano sanzioni per chi li vende o li dà in omaggio.

Esempi di non conformità:
Tutti gli shopper a maniglia esterna in polietilene di spessore inferiore a 100 micron e con maniglia con ventole.

Indicazioni che non garantiscono la conformità:
Biodegradabile entro 5-6 anni. Biodegradabile secondo il metodo UNI EN 150-1-1985.



Rete d'impresa di Lainate: foto di gruppo degli operatori aderenti (nel giorno della firma del contratto presso l'Associazione territoriale di Rho)

Con il supporto dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Rho

Lainate: nasce la rete d'impresa

Nasce a Lainate, con il supporto dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Rho, la "Rete di imprese Città di Lainate" costituita da 13 aziende associate di settori vari nell'alimentare e nel non alimentare. La costituzione della rete di imprese fa parte del Duc, Distretto del commercio di Lainate.

informa Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA
GRAPHITI SRL - INDUSTRIA GRAFICA
via Newton 12 - Pero (Milano)

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

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

Raee sostenibili: accordo di programma

Paolo Galimberti, presidente Ancri Confcommercio: importanti novità e conferme

Il nuovo accordo di programma (del 26 giugno n.d.r.) per la definizione delle condizioni generali di raccolta e gestione dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche, sottoscritto dalle Associazioni di categoria dei produttori di apparecchiature elettriche ed elettroniche, dalle Associazioni delle aziende di raccolta dei rifiuti e dalle Organizzazioni delle imprese commerciali e della distribuzione - ha affermato Paolo Galimberti, presidente di Ancri, l'Associazione Confcommercio degli operatori commerciali del comparto elettrodomestici - rappresenta una tappa definitiva del processo che ha visto un ruolo sempre più attivo della distribuzione, ai fini della corretta gestione ambientale degli elettrodomestici a fine vita".

"L'accordo - rileva Galimberti - comporta importanti novità e conferme per la gestione dei rifiuti Raee nel nostro Paese, a partire dalla creazione delle 'mi-



Paolo Galimberti, presidente Ancri

croaree ecologiche a basso impatto ambientale' mirate a rendere più agevole la raccolta dei Raee in aree disagiate, fino alla erogazione di premi di efficienza, incrementati quasi del 50% rispetto agli attuali livelli, sulla base dei quantitativi di Raee conferiti. Disciplinando tempi e modalità di ritiro dei Raee si auspica che la raccolta delle ingenti quantità di tonnellate di prodotti destinati al recupero ed al trattamento corretto possa aumentare, ponendo l'Italia in linea con gli obiettivi europei".



Andrea Lenotti, presidente Assofermet Ferramenta

Assofermet e l'intesa sui Raee: tutela del negozio di prossimità

Sui Raee interviene anche Assofermet (l'Associazione Confcommercio delle imprese del settore metal-siderurgico) con il presidente Assofermet Ferramenta Andrea Lenotti. Assofermet ha partecipato al Tavolo tecnico con il Centro di coordinamento Raee e le varie associazioni, sottoscrivendo l'intesa del 26 giugno. Assofermet, spiega Lenotti, si è seduta a fianco della grande distribuzione con l'obiettivo di garantire gli stessi benefici anche al negozio di prossimità la cui tutela è stata "obiettivo imprescindibile per l'Associazione".

Assomobilità: Simonpaolo Buongiardino confermato presidente

Conferma di Simonpaolo Buongiardino alla presidenza di Assomobilità (l'Associazione concessionari auto, moto, cicli e attività del comparto motorizzazione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza). Consiglieri di Assomobilità sono: Stefano Besana, Luca Capone, Andrea Citro, Domenico Costi, Elisabetta Cozzi, Marcello Doniselli, Paolo Manzoni, Saul Mariani, Nicola Mausol, Franco Spotorno, Andrea Toffoli e Giorgio Venturini. A livello nazionale Assomobilità aderisce a Federmotorizzazione, la Federazione di settore di Confcommercio.



Simonpaolo Buongiardino

Associazione italiana macchine e tecnologie utensili: rinnovati gli organi direttivi

Ascomut: Andrea Bianchi rieletto presidente

L'assemblea di Ascomut, (l'Associazione italiana macchine e tecnologie utensili) svoltasi in Confcommercio Milano ha offerto diversi spunti di riflessione sul quadro economico di riferimento con gli interventi di Andrea Bianchi - rieletto presidente dell'Associazione - e di Mariano Bella, responsabile dell'Ufficio Studi di Confcommercio.

"A dispetto di Cassandre e ipertecnologi, continuo a rimanere scettico, e non solo io, riguardo la smaterializzazione della produzione - ha rilevato Bianchi - Il bene, l'oggetto, il manufatto continueranno ad avere il loro valore e il loro fascino. Non sto guardando il futuro dallo specchio retrovisore: non posso e non possiamo permettercelo.

Le tecnologie, i social media, le innovazioni aprono nuove strade e vanno perseguite innestandole, però, nella nostra quotidianità a supporto del produrre senza confondere i mezzi con il risultato: questi strumenti modificano il modo di produrre, non mettono in dubbio il produrre stesso".



Andrea Bianchi

Bella ha focalizzato il proprio intervento sui principali indicatori macroeconomici e sul trend nel breve/medio periodo, commentando i dati su Pil, consumi, occupazione, accesso al credito, spesa pubblica e pressione fiscale. Particolare interesse hanno suscitato il confronto tra Italia e Germania sui fattori di sistema che influiscono sulla capacità di crescita delle imprese e la competitività, nonché l'analisi della doppia velocità del nostro Paese, dove Nord e Sud continuano a manifestare dinamiche troppo diversificate.

Ascomut: le cariche sociali

Presidente: Andrea Bianchi (Heidenhain Italiana)

Il Consiglio direttivo è completato da: Paolo Badino (Bi.Erre.Di.); Riccardo Bailo (Link Gruppo); Angelo Loris Camporiondo (Centro Utensili); Alessandro Cecchini (Chiron Italia); Marco Corradini (Società Italiana Commerciale Utensili); Aldo Ferro (Cdu); Giuseppe Gaggino (Atmec); Massimo Giardiello (Celada R.F.); Giancarlo

Ingenito (Makino Italia); Arnaldo Levi (Iscar Italia); Massimo Lunghi (Emuge-Franken); Marco Pandolfi (YG1); Ferruccio Redaelli (G. Redaelli); Carlo Salvi (Tecnor Macchine); Mauro Sanclemente (Synergon). Guido Magnocavallo (Emanuele Mascherpa) entra a far parte del Collegio dei Revisori dei Conti.

I riconoscimenti agli studenti meritevoli di chimica con il premio "Augusta Baggi". La nuova edizione dell'Annuario



Carlo Sangalli, presidente di Confindustria



Marco Coldani, presidente AssICC

Fabio Manzoni e Daniele Rossi (Istituto Molinari di Milano); Crystal Montanaro (Istituto Majorana di Brindisi); Chiara Diddi (Istituto Buzzi di Prato); Fabio Buffoli (Istituto Itis

Castelli di Brescia): sono gli studenti delle scuole di chimica che quest'anno hanno ricevuto da AssICC (Associazione italiana commercio chimico) i riconoscimenti per il premio "Augusta Baggi". Premi consegnati nell'assemblea pubblica di AssICC svoltasi in Confindustria Milano con la partecipazione del presidente di Confindustria Carlo Sangalli, e l'introduzione ai lavori - moderati dal giornalista Nicola

Commercio chimico

AssICC, nel segno di Expo l'assemblea pubblica

Porro (conduttore della trasmissione Rai Virus) - del presidente di AssICC Marco Coldani. E', inoltre, intervenuto Dario Bressanini (chimico e divulgatore scientifico per il settore Food).

L'assemblea pubblica AssICC quest'anno si è inserita nel contesto tematico

di Expo Milano 2015 (con successiva continuazione in Expo per i partecipanti all'assemblea).

All'assemblea di AssICC è stata inoltre presentata la nuova edizione dell'Annuario AssICC 2015-2016 con tutte le informazioni utili sulle imprese associate. (BB)



La copertina del nuovo Annuario AssICC



Premio "Augusta Baggi": foto di gruppo con gli studenti

Export del Made in Italy in Cina

Imprese della Brianza alla Fiera di Yiwu con l'Unione Commercianti monzese

Con l'Unione Commercianti di Monza 15 operatori della Brianza in Cina alla Fiera internazionale di Yiwu per favorire l'esportazione dei prodotti Made in Italy. L'iniziativa è stata promossa in collaborazione con il Comune di Yiwu e l'Italian Chinese Business Association. La missione ha tratto origine dall'incontro, presso la sede milanese di Confcommercio, del presidente dell'Unione monzese (e vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) Carlo Alberto Panigo con il vicesindaco di Yiwu. L'importanza di far conoscere la qualità dei nostri imprenditori e dei prodotti Made in Italy ha convinto anche la Camera di Commercio di Monza e Brianza a sostenere la trasferta delle imprese brianzole.



La piattaforma di E-commerce Itaoly

Presentata presso la sede milanese di Confcommercio - con l'Italian Chinese Business Association e la Confcommercio monzese - Itaoly, la prima piattaforma B2B di E-commerce transfrontaliero tra Italia e Cina. Itaoly, fondata quest'anno, aiuta le PMI italiane a stabilire una collaborazione con le aziende B2C in Cina, le quali a loro volta si occuperanno della vendita dei prodotti sul territorio cinese (primo evento è stata la Fiera internazionale di Yiwu in Cina - vedi a fianco n.d.r.). "Mission" di Itaoly è far entrare e promuovere all'interno del mercato cinese i prodotti Made in Italy di qualità. Amministratori di Itaoly sono Sandro Chen (fondatore della catena di supermercati Aumai), e Giovanni Mao, fondatore di AB.M. Itaoly è supportata dalla Italian Chinese Business Association e dalla Camera di Commercio italo cinese.



Monza e la notte bianca dei "Volley Lovers" con gli Expo Friends

Successo di partecipazione in centro a Monza per la prima notte bianca dei Volley Lovers e degli esercizi commerciali "Expo Friends". L'iniziativa è stata promossa dall'Unione Commercianti monzese. I giovani si sono cimentati in numerosi tornei di pallavolo nei campi allestiti in piazza San Paolo mentre negozi e pubblici esercizi hanno animato le vie non soltanto prolungando l'orario di apertura: ogni via addobbata con i colori di Expo ha offerto eventi ed occasioni di shopping ai tanti cittadini che hanno avuto occasione di trascorrere una piacevole serata. Sottoposte al giudizio del pubblico anche le creazioni dei panificatori per il "Pane per Expo": la forma più votata è stata quella proposta dalla Pizzeria Per Te di Monza, ma molto apprezzate sono state anche le forme del Panificio Flavio Brambilla di Lissone e quelle de Il Forno dei Colombo e del Panificio Dori di Monza.





Doppio momento formativo (per gli operatori e per i funzionari e amministratori comunali) promosso a Seveso dalle Associazioni territoriali Unione Confcommercio di Desio, Seregno e Seveso in collaborazione con Apeca

Ambulanti e Direttiva Bolkestein: incontri in Brianza

Proseguono i momenti formativi sulla Direttiva Bolkestein che interessano gli operatori del commercio su aree pubbliche. Presso l'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Seveso si è svolto un duplice incontro – funzionari/amministratori di 17 amministrazioni comunali (foto 1) e operatori ambulanti (foto 2) – promosso, in collabora-



zione con Apeca (l'Associazione del commercio ambulante – è intervenuto il segretario Luigi Leanza), dall'Unione Confcommercio di Seveso (con il presidente Eugenio Picozzi) insieme alle Associazioni territoriali Unione Confcommercio di Desio (con il presidente Enrico Origi) e Seregno.

Sesto San Giovanni e i “Musetti in movimento”



Sfilata canina e iniziative per i più piccoli con Unione Confcommercio

L'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Sesto San Giovanni, in collaborazione con Sesto Proloco e il Comune, anche quest'anno - in occasione della festa patronale - ha organizzato una giornata interamente dedicata ai bambini: “Musetti in movimento” con una sfilata canina presso i giardini di via Felice Cavallotti. L'iniziativa, realizzata in collaborazione con Pets Eden di Gabriella Pellizzari (foto), si è inserita in un ampio programma di eventi, spettacoli e laboratori, organizzati in occasione della Festa di San Giovanni. Questi i cani premiati: Tabata per la categoria giocherellone, Miele per la categoria Musone e, a pari merito, Quattro e Conan per il più coccolone. Anche gli altri partecipanti sono stati ringraziati con un piccolo omaggio. Dopo la premiazione i bambini hanno preso parte ai laboratori organizzati, con il Panificio Scarlatti di Mauro Scarlatti e Pane e Golosità di Maurizio Zacchetti, per insegnare loro la preparazione di pane, pizza e focacce. Ha riscosso grande interesse anche il laboratorio per i piccoli dal “pollice verde” grazie al materiale offerto da Euroverdebio. E' stato un pomeriggio vissuto con allegria grazie anche a La Brigata delle Ore Liete, sputafuoco, truccabimbi e trampoliere, e al percorso avventura del Parco Resinelli.

50&PIÙ UNIVERSITÀ

MILANO

VI edizione

Fotografa le tue vacanze L'arte dell'immagine in gara

Ascofoto e 50&Più Università
per la Fotografia

La partecipazione è gratuita ed è aperta a tutti i fotografi residenti in Lombardia, esperti e/o dilettanti che abbiano compiuto sedici anni entro il 30 novembre 2015.

I partecipanti dovranno inviare una sequenza di **massimo tre fotografie (minimo una)** di formato 20x30 centimetri, a colori, che dovranno far pervenire **entro lunedì 26 ottobre 2015** (farà fede la data del timbro postale) a:

Fotografa le tue vacanze.

L'arte dell'immagine in gara

Ufficio Stampa dell'Unione del Commercio,
Segreteria del Premio, Corso Venezia 47/49, 20121
Milano (telefono 027750222
oppure 027750267).

Il 30 novembre 2015 avrà luogo in Confcom-
mercio Milano (Corso Venezia 47/49) il vernis-
sage della mostra delle foto inviate al concorso
e la cerimonia di premiazione dei 3 vincitori.

E' indetto anche un premio unico per la più bella
fotografia digitale, da inviare al seguente indirizzo:
relazioni.esterne@unione.milano.it

Il bando di concorso è pubblicato nei siti:

www.50epiu.it/milano

www.unionemilano.it/home

www.ascofoto.com



Per informazioni rivolgersi presso la Segreteria del Premio
Corso Venezia 47/49, Milano, tel. 027750222 - 027750267

Tre premi ex aequo e quattro segnalazioni

Al Circolo del Commercio il Premio "Dino Sangalli" per i giovani dell'Accademia di Belle Arti di Brera con opere sui temi dell'Esposizione Universale

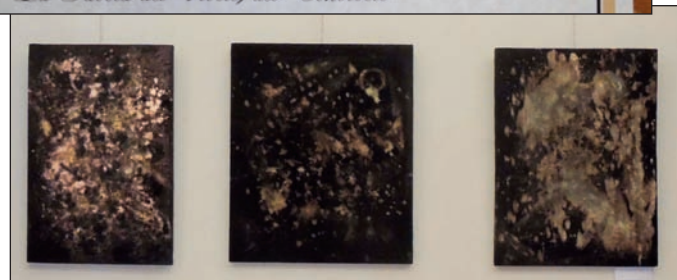
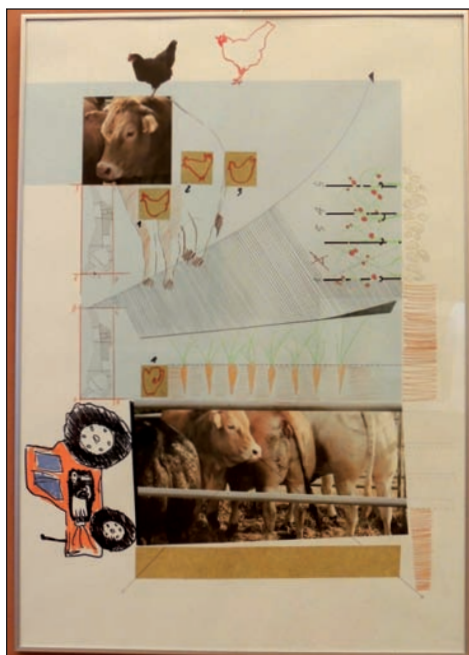
Fausto Cubello, Pietro Ferri, Simone Masetto:
sono i tre giovani artisti studenti dell'Accademia
di Belle Arti di Brera che hanno ottenuto il rico-
noscimento del Premio in memoria di Dino Sangalli
(vedi *Unioneinforma* di giugno alle pagine 20 e 21
n.d.r.). Quattro segna-

lazioni, inoltre, per le
opere di Natalia Erdei,
Silvia Maccacaro,
Chiara Martino,
Simone Parise.

I riconoscimenti del
Premio Dino Sangalli
sono stati assegnati in
una manifestazione –
con il presidente di
Confcommercio
Carlo Sangalli, il diret-
tore dell'Accademia
di Brera Franco
Marrocco, il critico
d'arte professor
Stefano Crespi - svol-
tasi al Circolo del
Commercio di
Confcommercio
Milano (dove, fino al
16 luglio, sono espote le 32 opere
selezionate dai docenti dell'Ac-
cademia di Brera).

Con il Premio Dino Sangalli sono
stati valorizzati i dipinti di giovani
artisti che hanno meglio rappre-
sentato i valori di Expo coniugati
con le caratteristiche che danno
origine al Premio Dino Sangalli
(medico che ha dedicato la sua vita all'ascolto,
alla cura, alla salute della comunità): dedizione al
lavoro, moralità e impegno. Il Premio Dino Sangalli
corona il ciclo di tre esposizioni, promosso con la
Consulta per la Cultura di Confcommercio Milano e
avviato a marzo, dal titolo "La Tavola del vivere, del
convivere". Esposizioni inserite nel circuito di Expo in
Città: "Artisti del '900", "Artisti nel Contemporaneo"

ed i giovani
artisti-studen-
ti dell'Acca-
demia di
Brera.



(le foto dei dipinti premiati sono di Benedetta Borsani)



* di Lucia Mari
(giornalista di moda)

Moda e creatività: l'uomo nel mirino

Per non sbagliare, dentro tutti. Intendo gli stili: nel gran giostrare al maschile con Milano Moda Uomo, la kermesse che a giugno ha anticipato il trend dell'estate 2016. Che significa, appunto, tutto e il contrario di tutto. Fino alle rilassate disubbidienze destinate alle vacanze. Formale e casual dunque si alternano: come dire, chic e sport wear col jeans da indossare perfino con l'intappatissimo blazer doppio petto. L'uomo nel mirino: portabandiera della creatività italiana con il tessuto che è sintesi palpabile di artigianato e industria, di intuizione e tecnologia. Certo, pensare alla moda (maschile per giunta) quando l'economia è in crisi di identità, potrebbe sembrare una pazzia. Potrebbe, perché il Made in Italy diventa moneta unica da far fruttare. E se il nostro Pil è ancora anemico, puntiamo ai Paesi che oggi rappresentano i nuovi mercati: insomma, è il mondo affascinato dalla nostra moda, qualcosa di reale frutto di fantasia e fatica. Risultato di qualità tout court.

Già, la qualità: forse in disuso ovunque, ma non qui. Poi c'è bisogno del sogno: e la moda fa sognare. Quando per esempio il nuovo uomo sceglie il vintage, qualcosa di comodo rubato al passato; per esempio il gilet da gentiluomo di campagna. Allora, ricapitoliamo: il guardaroba maschile della prossima stagione del sole si rivolge a giovani irrequieti, oppure a uomini veri, anche a giocherelloni che amano stupire. Un uomo plurale? Sì, no, forse: né va dimenticato il purismo di lusso che appartiene ai soliti noti. Ma, contemporaneamente, la moda spiazza il codice normale, perché la partitura di stagione predilige la libertà di scelta.



Insomma, si omologa un codice tranquillizzante, insieme al piacere di vestirsi con un vago senso di gioco, nei colori non colori o, al contrario, squillanti. Con fantasie a ruota libera, perfino in un'apoteosi di fiori. Si stampati di matrice femminile: e perché no? Ci sono parecchie definizioni di lei riadattate per lui: a questa manche hanno addirittura proposto camicie di pizzo per coniugare al maschile l'eterno ritornello del vedo-

non-vedo. Allora, riassumiamo: le barriere dell'ora e delle occasioni si abbattano di fronte all'imperativo di una totale voglia di libertà. Spesso vale la regola della non regola: per lasciare spazio al piacere di indossare qualcosa di non prestabilito, nel piacevole assemblaggio individuale. Infine da non trascurare un certo spirito nomade, nell'incontenibile voglia di vacanza e di avventura. La morale, come nelle favole di Esopo? L'eleganza (anche quella maschile) oggi è diventata ormai un terreno dai confini labili: chi vuole sentirsi al di sopra di ogni sospetto?

Tranquilli, signori uomini: l'ho detto, va tutto e il contrario di tutto per un maschio in totale libertà. Una sorta di filosofia che fa della creatività un mezzo e non un fine. Come dire libere evasioni, il piacere della scoperta, di un dettaglio, del gusto individuale. Di mescolare stile a stile per inventarsene uno del tutto personale. La parola alle vetrine.



COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

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



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



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