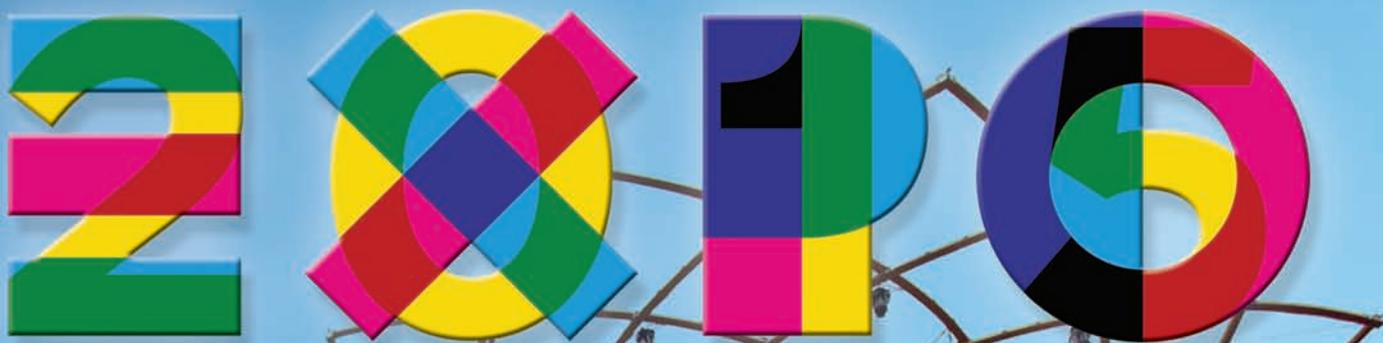


# Unione *informa*



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



*Settantennale di Confcommercio:  
il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella  
e il Presidente Carlo Sangalli*



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



Lo sguardo nella vetrina

## “Expo Friends”: la Pescheria Spadari

Certe volte ci sono coincidenze che già da sole raccontano una storia. Così, è bello ricordare che la prima targa Expo Friends esposta a Milano è comparsa proprio sulla vetrina di un'attività nata da una grande amicizia: quella fra Giovanni Battista Bolchini, i Fratelli Campiglio e Gaudenzio Maffezzoni. Questi nomi oggi ai più potrebbero non dire molto, ma sono loro i mitici fondatori nel 1933 della Pescheria Spadari,

nell'omonima via milanese che oggi si fregia del meritato titolo di “Via del Gusto”. Battista, Gaudenzio, Franco ed Alfonso Campiglio venivano tutti dal faticoso mondo del “pesce” – un mestiere che

non si insegna, ma si impara sporcandosi le mani - e ne mantennero il pragmatismo (tenevano le vasche delle trote al piano di sotto, a 100 metri dal Duomo) rivoluzionando tuttavia l'immagine del “pescivendolo”. Nel tempo, la Pescheria Spadari è diventata infatti la boutique milanese del pesce, con Battista Bolchini che tutte le mattine andava al mercato in cravatta e panciotto e aveva il puntiglio di non far mai uscire dal negozio il pesce non pulito.



Oggi amici di Expo e da una grande amicizia è nata nel 1933 l'avventura di una vetrina storica nella “Via del Gusto”

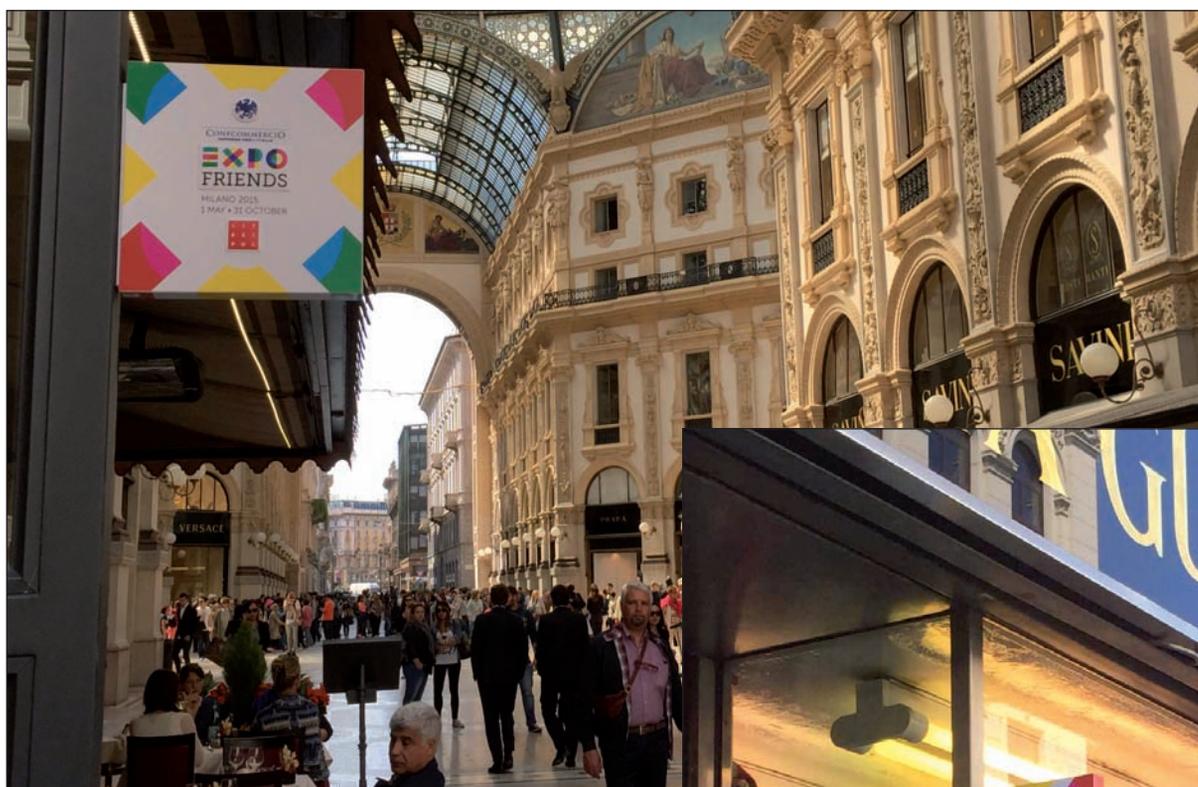
di Carlo Sangalli (\*)

Dipendenti, qualità e continuità (non hanno mai chiuso neanche durante la guerra) sono stati negli anni la loro carta vincente. E questa tenacia si è trasformata in un passaggio generazionale di successo che vede oggi 13 soci - fra nipoti e bisnipoti dei fondatori - che hanno saputo introdurre anche cambiamenti importanti, ma l'hanno fatto sempre con il garbo e il rispetto che nascono dall'affetto sincero verso

un'attività che non è solo un'impresa, ma è anche un pezzo di vita. Così, ad esempio, dal 2006 la Pescheria ha aperto una cucina e una parte di somministrazione che sarà probabilmente quella che farà la differenza durante Expo, deliziando il

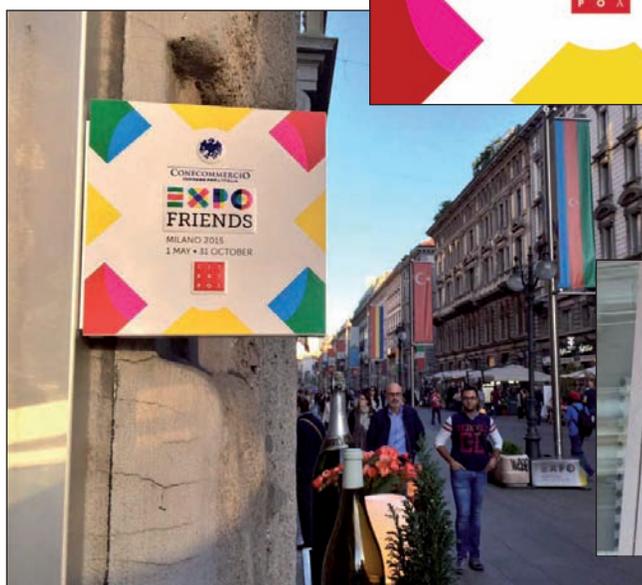
palato di tanti turisti che, se non potranno portare il pesce a casa, almeno ne porteranno un ottimo ricordo. A dimostrazione che, come cantavano Cochi e Renato “c'è anche il mare in Via Spadari” e alla Milano di Expo 2015 non manca proprio niente, soprattutto i buoni “Amici”.

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



## Tanti "Expo Friends" per Expo

**H**a preso il via Expo Milano 2015 e tutta la prima parte del giornale è dedicata all'Esposizione Universale. In queste pagine cominciamo, però, ricordando come gli esercizi commerciali - molti lo stanno già facendo - possono diventare "Expo Friends".



### Cos'è "Expo Friends"

"Expo Friends" è il progetto che nasce dal recente accordo tra Confcommercio, Expo 2015 con Expo in Città e vede protagonisti gli esercizi commerciali iscritti alle associazioni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza riconoscibili con la targa e vetrofania "Expo Friends" per accogliere cittadini e visitatori in questi sei mesi dell'Esposizione Universale.





“Expo Friends”: il **decalogo** per una città a tripla a (aperta, accogliente e attrattiva):

- ✓ disponibilità all'apertura nel periodo estivo, in particolare durante il mese di agosto;
- ✓ disponibilità alle aperture straordinarie in occasione di eventi nell'area coinvolta;
- ✓ conoscenza di base della lingua inglese per accogliere al meglio il visitatore estero;
- ✓ cultura del sorriso e dell'accoglienza;
- ✓ messa a disposizione di materiali informativi e indicazioni su Expo Milano 2015;
- ✓ conoscenza delle attrazioni turistico/culturali della città;
- ✓ disponibilità all'ascolto e alla comprensione delle necessità del cliente;
- ✓ consulenza a favore del cliente nella scelta;
- ✓ completa trasparenza: con un'informazione chiara ai clienti stranieri sui prezzi;
- ✓ diritto per gli operatori commerciali aderenti di esporre nelle proprie vetrine e all'interno degli spazi commerciali il materiale informativo predisposto da Expo.

**TARGHETTA EXPO FRIENDS**  
istruzioni per l'installazione

### Come si diventa “Expo Friends”

Le numerose attività commerciali che già sono diventate “Expo Friends”, e tutte le altre che aderiranno, sottoscrivono il Decalogo per la città aperta, accogliente e attrattiva (vedi box sopra), espongono sulla vetrina la targa, la vetrofaneria, formano il personale sui principali aspetti di Expo così da poter dare informazioni ai propri clienti. Impegnarsi nel progetto “Expo Friends” ed essere “amici” di Expo contribuisce a far crescere, anche per il dopo-Expo, l'attrattività del nostro territorio.



Targhetta completa di sostegno



Staccare la pellicola dall'adesivo



Inserire dall'alto la targhetta



Estrarre la barra di sostegno



Attaccare la barra di sostegno al vetro



Inserire dall'alto la targhetta



Barra di sostegno estratta



Barra di sostegno incollata



Targhetta installata correttamente

### “Expo Friends” sul web

Sul sito di *Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza* [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) si trovano le informazioni su “Expo friends” e attraverso il sito è possibile compilare on line il modulo di adesione. “ExpoFriends” è anche su Facebook [facebook.com/ExpoFriends2015](https://www.facebook.com/ExpoFriends2015) – e Twitter – [twitter.com/Expo\\_Friends](https://twitter.com/Expo_Friends).

### “Pacchetto accoglienza” per gli “Expo Friends”

Agli operatori associati che diventano “Expo Friends” Confcommercio Milano, Lodi, Monza

Brianza mette gratuitamente a disposizione un “pacchetto accoglienza” che contiene anche il “Country Friendly Welcome & Accomodation”, vademecum sulla corretta accoglienza degli ospiti esteri che vengono in occasione di Expo e la possibilità di partecipare a un seminario,

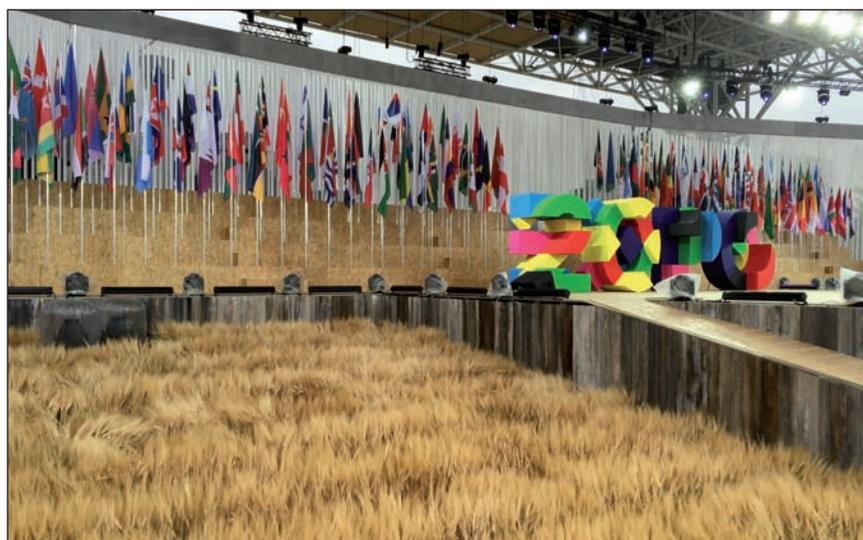
anche on line, dedicato all'accoglienza di turisti e visitatori.

Vi sono, inoltre, un corso on line informativo dell'Esposizione Universale (messo a disposizione da Expo); la App “Top Food” per ristoranti e pubblici esercizi (con una piattaforma che permette di tradurre i menu in sei lingue: italiano, inglese, russo, spagnolo, arabo, mandarino) e attività di supporto per la pubblicazione e promozione degli esercizi “Expo Friends” su canali e strumenti multimediali. E', ad esempio, allo studio una App per permettere di riconoscere gli “Expo Friends” sul territorio. Ed anche nei mercati ambulanti si potranno riconoscere gli “amici di Expo”.



# Alla scoperta di Expo Milano 2015

**E**xpo Milano 2015, cominciata il primo maggio, terminerà il 31 ottobre. E' un'Esposizione Universale – promossa dal BIE (Bureau International des Expositions) – non una fiera. Un'occasione per i cittadini, i Paesi, le istituzioni, di dialogare e confrontarsi su temi d'attualità e d'interesse, appunto, universale.





*Il tema di Expo Milano 2015 è "Nutrire il pianeta energia per la vita": garantire cibo e acqua alla popolazione mondiale, aumentare la sicurezza alimentare, proporre nuove soluzioni e prospettive in grado di tutelare la biodiversità della Terra. Lo sviluppo di questi temi ad Expo avviene in più modalità: l'architettura e il paesaggio, i contenuti espositivi, gli eventi, la tecnologia, il cibo e le bevande.*

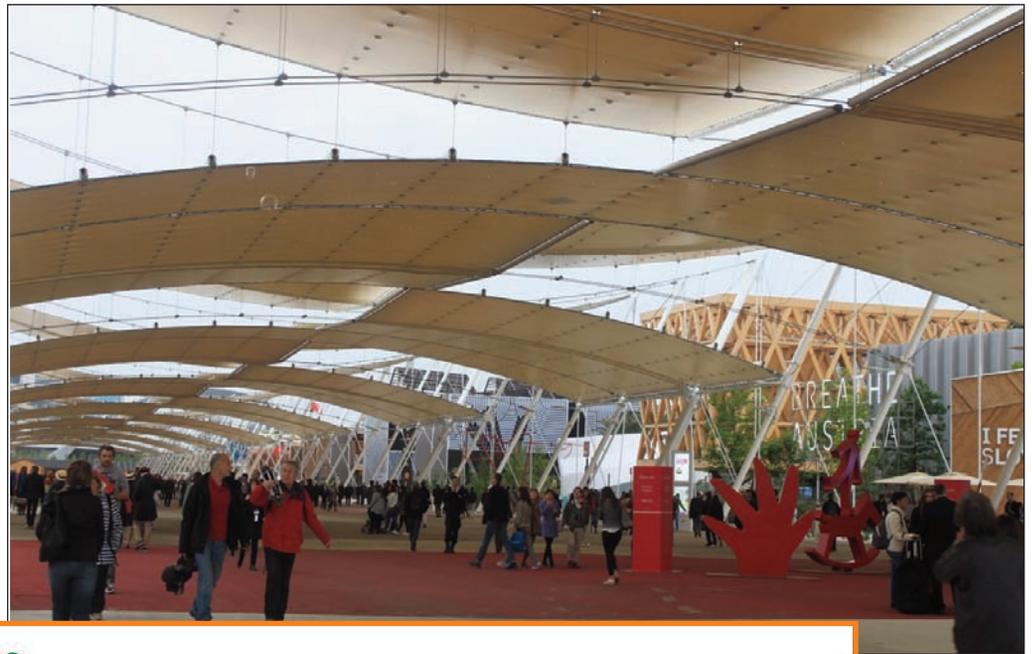




*Ad Expo Milano 2015 partecipano 148 Paesi. Chi collabora con Expo? Oltre ai Paesi partecipanti, le Organizzazioni internazionali e della società civile, le aziende partner.*

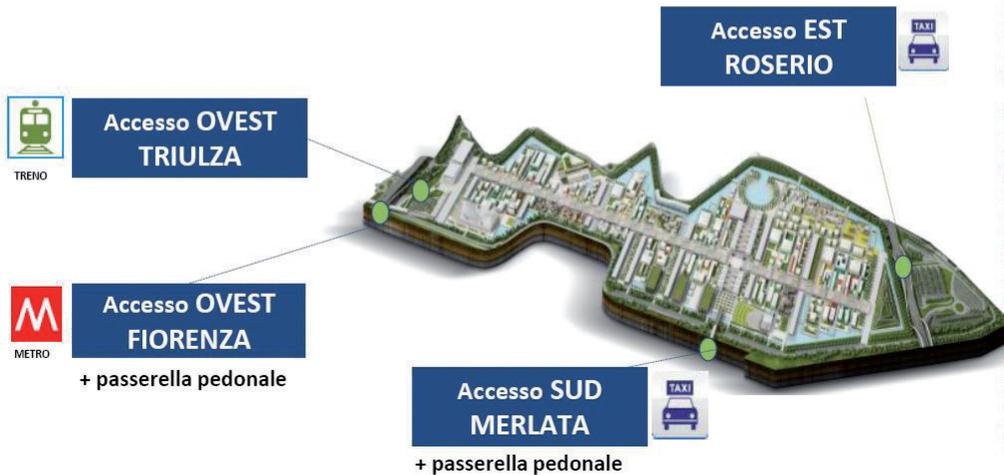


Quali sono le stime complessive dei visitatori che si recheranno ad Expo? Cifre ormai note: 20 milioni di visitatori, il 65% italiani, il 35% stranieri.



### 4 PUNTI DI ACCESSO

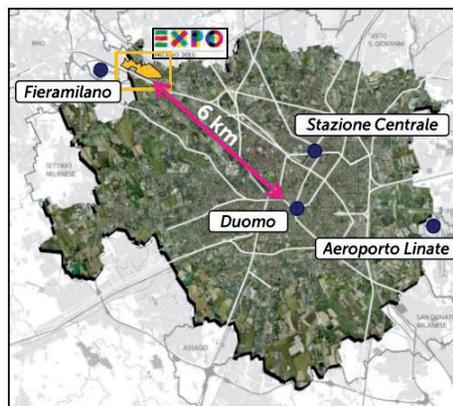
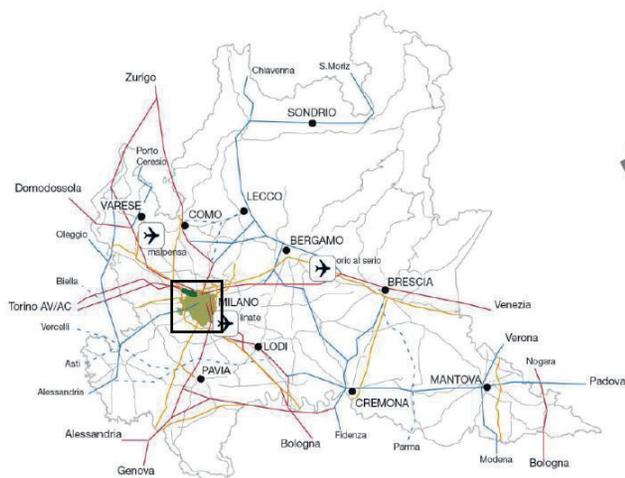
1. Sud Ovest – *Firenze* (+ passerella pedonale per i visitatori)
2. Nord Ovest – *Triulza*
3. Sud – *Merlata* (+ passerella pedonale principalmente per gli addetti al lavoro)
4. Est – *Roserio*



Il sito espositivo di Expo Milano 2015 è nell'area nord-ovest del capoluogo lombardo, in prossimità del polo fieristico di Rho-Però. Il sito espositivo è attraversato est-ovest dal Decumano (1,5 km di lunghezza) sul quale si affacciano i padiglioni dei Paesi partecipanti ad Expo, e nord-sud dal Cardo (350 metri di lunghezza) con il Padiglione Italia e Lake Arena. All'incrocio fra Cardo e Decumano vi è piazza Italia. Le architetture di servizio di Expo, realizzate interamente in legno, sono caratterizzate da una "facciata d'acqua" sul fronte-lato Decumano (con un raffrescamento naturale degli spazi aperti e una facile individuazione da parte del visitatore).



Il sito di Expo Milano 2015 si trova a nord-ovest del capoluogo lombardo, a circa 6 km in linea d'aria dal centro città.

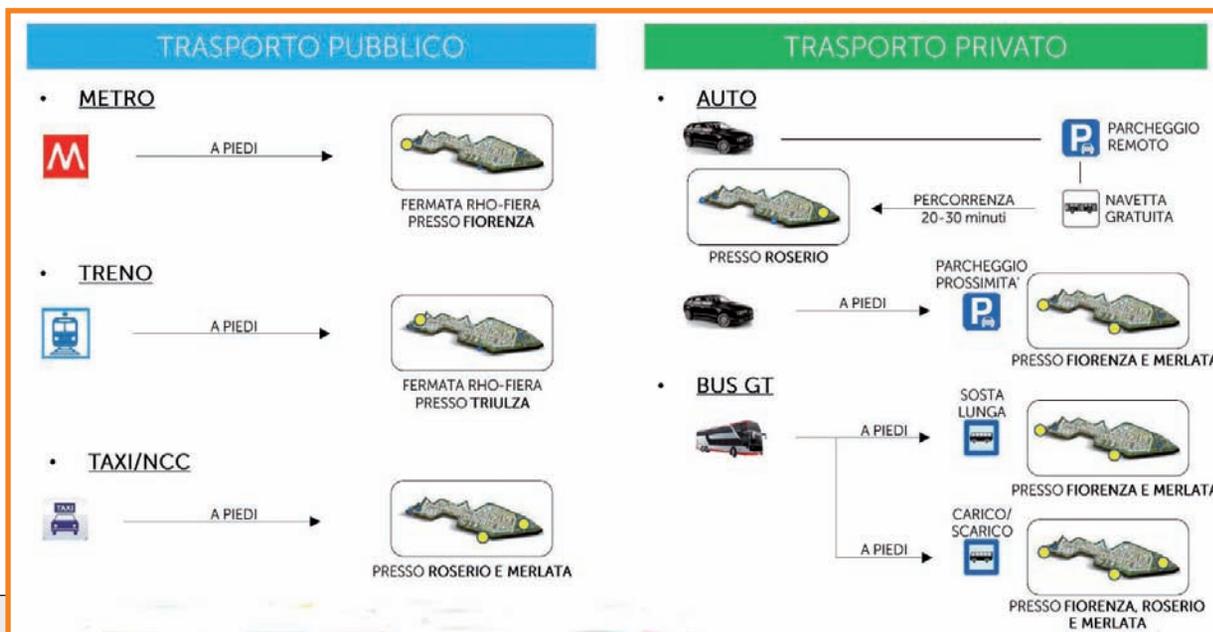


**BIGLIETTI**

	APERTA	FISSA
1 GIORNO - ADULTO (14+ anni)	39€	34€
1 GIORNO - STUDENTE (14-25 anni)	33€	29€
1 GIORNO - SENIOR (65+ anni)	28€	24€
1 GIORNO - DISABILE	20€	17€
1 GIORNO - DISABILE (+ accompagnatore gratuito)	20€	17€
1 GIORNO - BAMBINO (4-13 anni) (solo in abbinamento)	16€	16€
1 GIORNO - FAMIGLIA A (1 adulto + 1 bambino)	49,50€	43€
1 GIORNO - FAMIGLIA B (2 adulti + 1 bambino)	84,50€	73€
1 GIORNO - FAMIGLIA C (1 adulto + 2 bambini)	64€	56€
1 GIORNO - FAMIGLIA D (2 adulti + 2 bambini)	99€	86€
1 GIORNO - BAMBINO AGGIUNTIVO (> family pack)	10€	10€
<b>SERALE</b>	5€	
2 GIORNI CONSECUTIVI - ADULTO (+14 anni)	67€	57€
2 GIORNI CONSECUTIVI - STUDENTE (14-25 anni)	58€	49€
2 GIORNI CONSECUTIVI - SENIOR (65+ anni)	48€	42€
2 GIORNI CONSECUTIVI - BAMBINO (4-13 anni)	28€	28€
2 GIORNI CONSECUTIVI - DISABILE	36€	31
2 GIORNI CONSECUTIVI - DISABILE (+ accompagnatore gratuito)	36€	31€
2 GIORNI CONSECUTIVI - FAMIGLIA A (1 adulto + 1 bambino)	91€	77€
2 GIORNI CONSECUTIVI - FAMIGLIA B (2 adulti + 1 bambino)	154€	130€
2 GIORNI CONSECUTIVI - FAMIGLIA C (1 adulto + 2 bambini)	119€	101€
2 GIORNI CONSECUTIVI - FAMIGLIA D (2 adulti + 2 bambini)	182€	154€
2 GIORNI CONSECUTIVI - BAMBINO AGGIUNTIVO (> Family pack)	10€	10€
ABBONAMENTO 2 GIORNI - ADULTO (14+ anni)	72€	
ABBONAMENTO 2 GIORNI - SENIOR (65+ anni)	51€	
ABBONAMENTO 2 GIORNI - DISABILE (+ accompagnatore gratuito)	38€	
ABBONAMENTO 2 GIORNI - BAMBINO (4-13 anni)	30€	
ABBONAMENTO 3 GIORNI - ADULTO (14+ anni)	105€	
ABBONAMENTO 3 GIORNI - SENIOR (65+ anni)	76€	
ABBONAMENTO 3 GIORNI - DISABILE (+ accompagnatore gratuito)	55€	
ABBONAMENTO 3 GIORNI - BAMBINO (4-13 anni)	45€	
SEASON PASS - ADULTO (14+ anni)	115€	
SEASON PASS - SENIOR (65+ anni)/ STUDENTE (14-25 anni)	89€	
SEASON PASS - BAMBINO (4-13 anni)/ DISABILE (+accomp. gratuito)	57€	



Un sito espositivo di 1 milione di metri quadrati che nei sei mesi di Expo è aperto 7 giorni su 7 dalle 10 alle 23.



Sostanzialmente vi sono due modalità per organizzarsi la visita: l'Expo di giorno dalle 10 alle 19 (visita ai padiglioni, partecipazione a iniziative, eventi, offerta di ristorazione) e l'Expo di sera dalle 19 alle 23 (partecipazione agli eventi gastronomici, teatro all'aperto con il "main show" Allavita!, teatro di strada e spettacoli nelle piazze).

Le foto nel sito espositivo di Expo sono di Mattia Dognini

**MEZZI PUBBLICI**

La metro e il treno urbano collegano la stazione di Rho-Fiera presso il Sito direttamente con il centro di Milano

Mezzo	Stazione	Tempo percorrenza
Metro M1	Staz. Cadorna	20min
	Staz. Centrale	35min
	Duomo	25min
	Staz. Garibaldi	30min
Treno urbano	Staz. Centrale	15min
	Staz. Garibaldi	19min
Bus notturno	centro città	

**ORARI**

Metro	6:00 – 0:45
Treno	5:00 – 0:45
Bus notturno	0:30 – 6:00

Comune Milano  
 M.1 Metro linea 1  
 M.2 Metro linea 2  
 M.3 Metro linea 3  
 M.5 Metro linea 5  
 Treno urbano



**ONSITE**

**4** Chioschi di legno facilmente riconoscibili lungo il Decumano :

- o Strada 1 Sud (vicino al Expo Centre)
- o Strada 15 Sud (hortus Eataly)
- o Strada 18 Sud (di fronte al Kinder Sport)
- o Strada 28 Nord (di fronte al Padiglione Turchia)



**3** punti adiacenti agli accessi (prima dei tornelli d'ingresso):

- o ingresso Est Roserio
- o mezzanino della Stazione Ferroviaria RFI Rho-Fiera
- o fermata metropolitana M1 Rho-Fiera



**FUORI SITO**

**11** Infopoint nei principali aeroporti italiani

**9** Infopoint nelle città di Milano (Expogate) e Roma (PIT/musei)

**5** Infopoint nelle principali stazioni ferroviarie



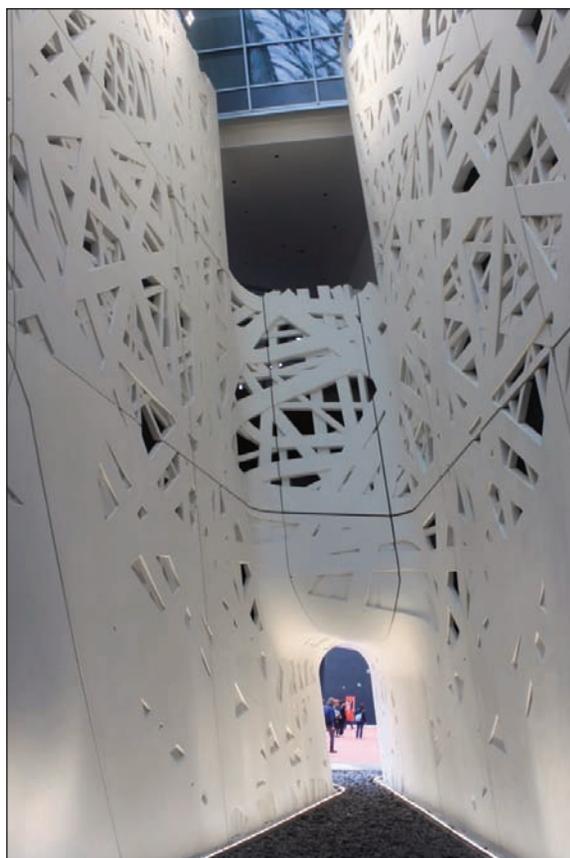
Ad Expo vi sono i padiglioni dei singoli Paesi e i cluster, cioè padiglioni tematici con più Paesi (9 cluster per 70 Paesi: riso; cacao e cioccolato; frutta e legumi; il mondo delle spezie; caffè; Bio-Mediterraneo; isole, mare e cibo; zone aride, cereali e tuberi). Oltre ai focus cluster vi sono focus tematici e speciali (come: sfida a fame zero, woman path, zucchero) e focus personalizzati (con tag parole chiave).



Il Padiglione Zero è quello d'ingresso con mostre varie e non è dedicato ad alcun Paese particolare. Il Padiglione Zero è un percorso emozionale che introduce alla visita del sito espositivo di Expo Milano 2015 con 12 grandi sale scenografiche. E' un'area tematica sulla modalità di produzione del cibo. Altre aree tematiche ad Expo sono: Future Food District (l'esperienza del cibo ed il futuro); Children Park (il legame tra la nutrizione e l'infanzia con 8 installazioni all'aria aperta); Parco della biodiversità (possibilità di un cibo sostenibile). Alla Triennale di Milano ricordiamo, inoltre, che vi è "Art&Foods" (relazione fra l'arte e l'alimentazione).



*Il Palazzo Italia avrà, pienamente completato, tre livelli fuori terra per 13.700 metri quadrati ed è stato progettato dallo studio Nemesi. Il progetto trae ispirazione da una foresta urbana. E' destinato a rimanere nel post-Expo come polo dell'innovazione tecnologica. Nel Padiglione Italia vi sono le regioni, territori, associazioni come Confcommercio.*



*Ad Expo vi sono, inoltre, le aree corporate dedicate alle aziende.*

PORTALE ARRIVA – Prenotazione parcheggi

<https://parkexpo2015.arriva.it/expo/index.php?lang=it>

PORTALE EXPO MILANO 2015 – Sezione Come Raggiungere Il Sito Espositivo

<http://www.expo2015.org/it/esplora/sito-espositivo/come-raggiungere-il-sito-espositivo>

*Collocata all'interno del sito espositivo di Expo Milano 2015 vi è la Cascina Triulza, antica costruzione rurale tipica del sistema agricolo lombardo. Alla Cascina Triulza (Fondazione Triulza) trovano posto 60 Organizzazioni della società civile; vi sono l'area espositiva-eventi, l'area mercato, l'area lavoro.*





## Carta di Milano: l'eredità di Expo

La Carta di Milano è l'eredità culturale di Expo Milano 2015 che sarà consegnata al Segretario Generale delle Nazioni Unite, Ban Ki Moon, il 16 ottobre. Il Protocollo propone misure concrete per combattere gli sprechi alimentari, la fame e l'obesità a livello mondiale. La Carta di Milano è una proposta di accordo mondiale per garantire cibo sano a tutti ed è il frutto di un ampio dibattito nel mondo scientifico internazionale, nella società civile, tra le imprese e le istituzioni. Dieci gli obiettivi del manifesto, tradotto in 19 lingue: diritto al cibo sicuro e nutriente, contrasto degli sprechi, difesa del suolo, promozione dell'educazione alimentare, lotta al lavoro nero e minorile, sostegno del reddito, tutela

della biodiversità, investimenti nella ricerca, guerra alle frodi, energia pulita.

Sono quattro, invece, i temi affrontati sul diritto al cibo: quali modelli economici e produttivi possano garantire uno sviluppo sostenibile in ambito economico e sociale; quali, tra i diversi tipi di agricoltura esistenti, riusciranno a produrre una quantità sufficiente di cibo sano senza danneggiare le risorse idriche e la biodiversità; quali siano le migliori pratiche e tecnologie per ridurre le disuguaglianze all'interno delle città (dove si sta concentrando la maggior parte della popolazione umana); come riuscire a considerare il cibo non unicamente come fonte di nutrizione, ma anche come identità socio-culturale.

### Ecco il documento

*“Salvaguardare il futuro del pianeta e il diritto delle generazioni future del mondo intero a vivere esistenze prospere e appaganti è la grande sfida per lo sviluppo del 21° secolo. Comprendere i legami fra sostenibilità ambientale ed equità è essenziale se vogliamo espandere le libertà umane per le generazioni attuali e future.”*  
(Human Development Report 2011)

Noi donne e uomini, cittadini di questo pianeta, sottoscriviamo questo documento, denominato Carta di Milano, per assumerci impegni precisi in relazione al diritto al cibo che riteniamo debba essere considerato un diritto umano fondamentale.

Consideriamo infatti una violazione della dignità umana il mancato accesso a cibo sano, sufficiente e nutriente, acqua pulita ed energia.



Riteniamo che solo la nostra azione collettiva in quanto cittadine e cittadini, assieme alla società civile, alle imprese e alle istituzioni locali, nazionali e internazionali potrà consentire di vincere le grandi sfide connesse al cibo: combattere la denutrizione, la malnutrizione e lo spreco, promuovere un equo accesso alle risorse naturali, garantire una gestione sostenibile dei processi produttivi.



### Sottoscrivendo questa Carta di Milano

- affermiamo la responsabilità della generazione presente nel mettere in atto azioni, condotte e scelte che garantiscano la tutela del diritto al cibo anche per le generazioni future;
- ci impegniamo a sollecitare decisioni politiche che consentano il raggiungimento dell'obiettivo fondamentale di garantire un equo accesso al cibo per tutti.

### Noi crediamo che

- tutti abbiano il diritto di accedere a una quantità sufficiente di cibo sicuro, sano e nutriente, che soddisfi le necessità alimentari personali lungo tutto l'arco della vita e permetta una vita attiva;
- il cibo abbia un forte valore sociale e culturale, e non debba mai essere usato come strumento di pressione politica ed economica;
- le risorse del pianeta vadano gestite in modo equo, razionale ed efficiente affinché non siano sfruttate in modo eccessivo e non avvantaggino alcuni a svantaggio di altri;
- l'accesso a fonti di energia pulita sia un diritto di tutti, delle generazioni presenti e future;
- gli investimenti nelle risorse naturali, a partire dal suolo, debbano essere regolati, per garantire e preservare alle popolazioni locali l'accesso a tali risorse e a un loro uso sostenibile;
- una corretta gestione delle risorse idriche, ovvero una gestione che tenga conto del rapporto tra acqua, cibo ed energia, sia fondamentale per garantire il diritto al cibo a tutti;
- l'attività agricola sia fondamentale non solo per la produzione di beni alimentari ma anche per il suo contributo a disegnare il paesaggio, proteggere l'ambiente e il territorio e conservare la biodiversità.

### Noi riteniamo inaccettabile

- che ci siano ingiustificabili disuguaglianze nelle possibilità, nelle capacità e nelle opportunità tra individui e popoli;

- non sia ancora universalmente riconosciuto il ruolo fondamentale delle donne, in particolare nella produzione agricola e nella nutrizione;
- circa 800 milioni di persone soffrano di fame cronica, più di due miliardi di persone siano malnutrite o comunque soffrano di carenze di vitamine e minerali; quasi due miliardi di persone siano in sovrappeso o soffrano di obesità; 160 milioni di bambini soffrano di malnutrizione e crescita ritardata;
- ogni anno 1,3 miliardi di tonnellate di cibo prodotto per il consumo umano siano sprecati o si perdano nella filiera alimentare;
- più di 5 milioni di ettari di foresta scompaiano ogni anno con un grave danno alla biodiversità, alle popolazioni locali e sul clima;
- le risorse del mare siano sfruttate in modo eccessivo: più del 30% del pescato soggetto al commercio è sfruttato oltre la sua capacità di rigenerazione;
- le risorse naturali, inclusa la terra, possano essere utilizzate in contrasto con i fabbisogni e le aspettative delle popolazioni locali;
- sussista ancora la povertà energetica, ossia l'accesso mancato o limitato a servizi energetici e strumenti di cottura efficienti, non troppo costosi, non inquinanti e non dannosi per la salute.

**Siamo consapevoli che**

- una delle maggiori sfide dell'umanità è quella di nutrire una popolazione in costante crescita senza danneggiare l'ambiente, al fine di preservare le risorse anche per le generazioni future;
- il cibo svolge un ruolo importante nella definizione dell'identità di ciascuna persona ed è una delle componenti culturali che connota e dà valore a un territorio e ai suoi abitanti;
- gli agricoltori, gli allevatori e i pescatori operano in una posizione fondamentale per la nostra nutrizione; essi hanno uguali diritti e doveri in relazione al loro lavoro, sia come piccoli imprenditori sia come grandi imprese;
- siamo tutti responsabili della custodia della terra, della tutela del territorio e del suo valore ambientale;
- è possibile favorire migliori condizioni di accesso a cibo sano e sufficiente nei contesti a forte urbanizzazione, anche attraverso processi inclusivi e partecipativi che si avvalgano delle nuove tecnologie;
- una corretta educazione alimentare, a partire dall'infanzia, è fondamentale per uno stile di vita sano e una migliore qualità della vita;
- la conoscenza e la pratica dei modi di produrre, sia tradizionali sia avanzati, è essenziale per l'efficienza dei sistemi agricoli, dall'agricoltura familiare fino a quella industriale;
- il mare ha un valore fondamentale per gli equilibri del pianeta e richiede politiche sovra nazionali: un ecosistema marino integro e sano ha una rilevanza cruciale per il benessere collettivo, anche perché la pesca fornisce lavoro a milioni di persone e il pesce, per molti, rappresenta l'unica fonte di nutrienti di alta qualità;
- per far fronte in modo sostenibile alle sfide alimentari future è indispensabile adottare un approccio sistemico attento ai problemi sociali, culturali, economici e ambientali e che coinvolga tutti gli attori sociali e istituzionali.

**Poiché sappiamo di essere responsabili di lasciare un mondo più sano, equo e sostenibile alle generazioni future in quanto cittadine e cittadini, noi ci impegniamo a**

- avere cura e consapevolezza della natura del cibo di cui ci nutriamo, informandoci riguardo ai suoi ingredienti, alla loro origine e al come e dove è prodotto, al fine di compiere scelte responsabili;
- consumare solo le quantità di cibo sufficienti al fabbisogno, assicurandoci che il cibo sia consumato prima che deperisca, donato qualora in eccesso e conservato in modo tale che non si deteriori;
- evitare lo spreco di acqua in tutte le attività quotidiane, domestiche e produttive;
- adottare comportamenti responsabili e pratiche virtuose, come riciclare, rigenerare e riusare gli oggetti di consumo al fine di proteggere l'ambiente;
- promuovere l'educazione alimentare e ambientale in ambito familiare per una crescita consapevole delle nuove generazioni;
- scegliere consapevolmente gli alimenti, considerando l'impatto della loro produzione sull'ambiente;
- essere parte attiva nella costruzione di un mondo sostenibile, anche attraverso soluzioni innovative, frutto del nostro lavoro, della nostra creatività e impegno.



**In quanto membri della società civile, noi ci impegniamo a**

- far sentire la nostra voce a tutti i livelli decisionali, al fine di determinare progetti per un futuro più equo e sostenibile;
- rappresentare le istanze della società civile nei dibattiti e nei processi di formazione delle politiche pubbliche;
- rafforzare e integrare la rete internazionale di progetti, azioni e iniziative che costituiscono un'importante risorsa collettiva;
- promuovere l'educazione alimentare e ambientale perché vi sia una consapevolezza collettiva della loro importanza;
- individuare e denunciare le principali criticità nelle varie legislazioni che disciplinano la donazione degli alimenti invenduti per poi impegnarci attivamente al fine di recuperare e ridistribuire le eccedenze;
- promuovere strumenti che difendano e sostengano il reddito di agricoltori, allevatori e pescatori, potenziando gli strumenti di organizzazione e cooperazione, anche fra piccoli produttori;
- valorizzare i piccoli produttori locali come protagonisti di una forma avanzata di sviluppo e promuovere le relazioni dirette tra produttori, consumatori e territori di origine.

**In quanto imprese, noi ci impegniamo a**

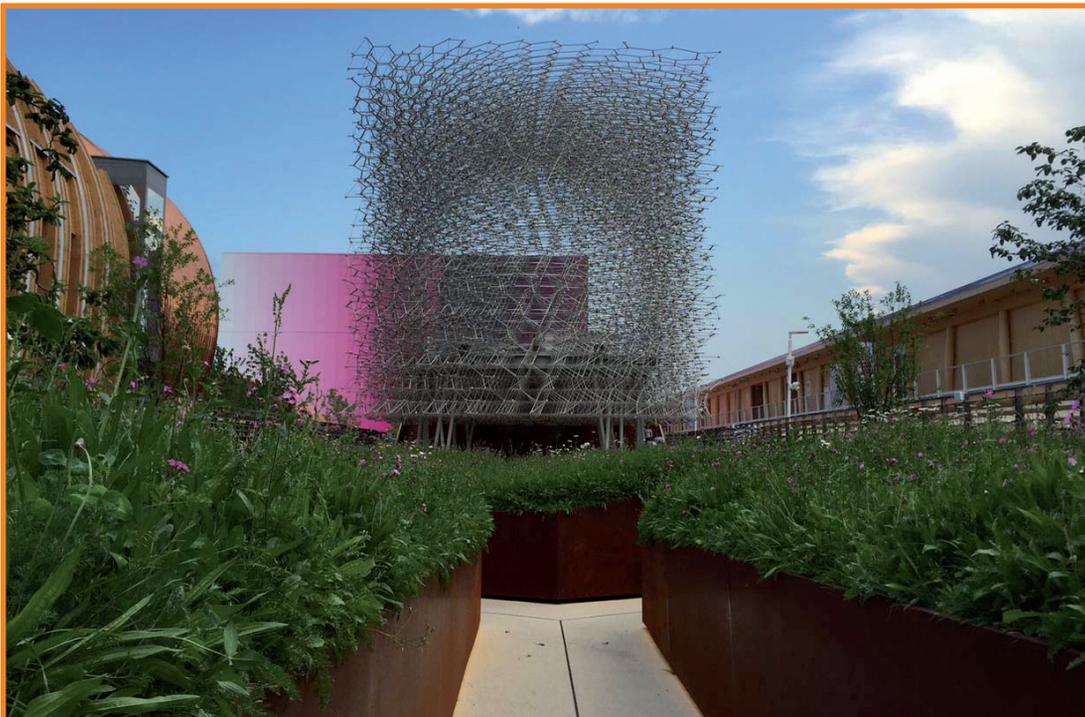
- applicare le normative e le convenzioni internazionali in materia ambientale e sociale e favorire forme di occupazione che contribuiscano alla realizzazione personale delle lavoratrici e dei lavoratori;
- investire nella ricerca promuovendo una maggiore condivisione dei risultati e sviluppandola nell'interesse della collettività, senza contrapposizione tra pubblico e privato;
- promuovere la diversificazione delle produzioni agricole e di allevamento al fine di preservare la biodiversità e il benessere degli animali;
- migliorare la produzione, la conservazione e la logistica, in modo da evitare (o eliminare) la contaminazione e da minimizzare lo spreco, anche dell'acqua, in tutte le fasi della filiera produttiva;
- produrre e commercializzare alimenti sani e sicuri, informando i consumatori su contenuti nutrizionali, impatti ambientali e implicazioni sociali del prodotto;

- promuovere adeguate tecniche di imballaggio che permettano di ridurre i rifiuti e facilitino lo smaltimento e il recupero dei materiali usati;
- promuovere innovazioni che informino i consumatori su tempi di consumo compatibili con la natura, qualità e modalità di conservazione degli alimenti;
- riconoscere il contributo positivo della cooperazione e degli accordi strutturali sulla filiera, specialmente quella alimentare, tra agricoltori, produttori e distributori, per una più efficace previsione della domanda;
- contribuire agli obiettivi dello sviluppo sostenibile sia attraverso l'innovazione dei processi, dei prodotti e dei servizi sia attraverso l'adozione e l'adempimento di codici di responsabilità sociale.

**Quindi noi, donne e uomini, cittadini di questo pianeta, sottoscrivendo questa Carta di Milano, chiediamo con forza a governi, istituzioni e organizzazioni internazionali di impegnarsi a:**

- adottare misure normative per garantire e rendere effettivo il diritto al cibo e la sovranità alimentare;
- rafforzare le leggi in favore della tutela del suolo agricolo, per regolamentare gli investimenti sulle risorse naturali, tutelando le popolazioni locali;
- promuovere il tema della nutrizione nei forum internazionali tra governi, assicurando una effettiva e concreta attuazione degli impegni in ambito nazionale e un coordinamento anche nell'ambito delle organizzazioni internazionali specializzate;
- sviluppare un sistema di commercio internazionale aperto, basato su regole condivise e non discriminatorio capace di eliminare le distorsioni che limitano la disponibilità di cibo, creando le condizioni per una migliore sicurezza alimentare globale;
- considerare il cibo un patrimonio culturale e in quanto tale difenderlo da contraffazioni e frodi, proteggerlo da inganni e pratiche commerciali scorrette, valorizzarne origine e originalità con processi normativi trasparenti;
- formulare e implementare regole e norme giuridiche riguardanti il cibo e la sicurezza alimentare e ambientale che siano comprensibili e facilmente applicabili;
- sostenere e diffondere la cultura della sana alimentazione come strumento di salute globale;
- combattere ed eliminare il lavoro sia minorile sia irregolare nel settore agroalimentare;

- lavorare alla realizzazione di una struttura sovra nazionale che raccolga le attività di informazione e analisi dei reati che interessano la filiera agroalimentare e che rafforzi la cooperazione per il contrasto degli illeciti;
- declinare buone pratiche in politiche pubbliche e aiuti allo sviluppo che siano coerenti coi fabbisogni locali, non emergenziali e indirizzati allo sviluppo di sistemi alimentari sostenibili;
- promuovere patti globali riguardo le strategie alimentari urbane e rurali in relazione alla sostenibilità e all'accesso al cibo sano e nutriente, che coinvolgano sia le principali aree metropolitane del pianeta sia le campagne;
- aumentare le risorse destinate alla ricerca, al trasferimento dei suoi esiti, alla formazione e alla comunicazione;
- introdurre o rafforzare nelle scuole e nelle mense scolastiche i programmi di educazione alimentare, fisica e ambientale come strumenti di salute e prevenzione, valorizzando in particolare la conoscenza e lo scambio di culture alimentari diverse, a partire dai prodotti tipici, biologici e locali;
- sviluppare misure e politiche nei sistemi sanitari nazionali che promuovano diete sane e sostenibili e riducano il disequilibrio alimentare, con attenzione prioritaria alle persone con esigenze speciali di nutrizione, di corretta idratazione e di igiene, in particolare anziani, donne in gravidanza, neonati, bambini e malati;
- promuovere un eguale accesso al cibo, alla terra, al credito, alla formazione, all'energia e alle tecnologie, in particolar modo alle donne, ai piccoli produttori e ai gruppi sociali più svantaggiati;
- creare strumenti di sostegno in favore delle fasce più deboli della popolazione, anche attraverso il coordinamento tra gli attori che operano nel settore del recupero e della distribuzione gratuita delle eccedenze alimentari;
- includere il problema degli sprechi e delle perdite alimentari e idriche all'interno dell'agenda internazionale e nazionale, attraverso investimenti pubblici e privati a favore di sistemi produttivi più efficaci;
- valorizzare la biodiversità a livello sia locale sia globale, grazie anche a indicatori che ne definiscano non solo il valore biologico ma anche il valore economico;
- considerare il rapporto tra energia, acqua, aria e cibo in modo complessivo e dinamico, ponendo l'accento sulla loro fondamentale relazione, in modo da poter gestire queste risorse all'interno di una prospettiva strategica e di lungo periodo in grado di contrastare il cambiamento climatico.



**Poiché crediamo che un mondo senza fame sia possibile e sia un fatto di dignità umana, nell'Anno Europeo per lo sviluppo e in occasione di Expo Milano 2015, noi ci impegniamo ad adottare i principi e le pratiche esposte in questa Carta di Milano, coerenti con la strategia che gli Stati membri delle Nazioni Unite hanno elaborato per sradicare il problema della fame entro il 2030.**

**Sottoscrivendo questa Carta di Milano noi dichiariamo di portare la nostra adesione concreta e fattiva agli Obiettivi per uno Sviluppo Sostenibile promossi dalle Nazioni Unite.**

**Un futuro sostenibile e giusto è anche una nostra responsabilità.**

*Accordo fra Padiglione Usa Expo con Uvet e Confcommercio milanese*

## “Casa America” a Milano

“Casa America” nel cuore di Milano con l'accordo fra gli Amici del Padiglione Usa a Expo Milano 2015, in collaborazione con Uvet (Official Destination and Events Partner), e Confcommercio milanese. I palazzi Bovara (Circolo del Commercio - foto interno) e Castiglioni (Confcommercio Milano) in corso Venezia, in questi sei mesi di Expo Milano 2015, potranno ospitare eventi Expo in Città organizzati dai numerosi partner del Padiglione Usa. Casa America sarà aperta ad eventi pubblici e privati come mostre, esposizioni, esibizioni, conferenze, appuntamenti di business matching tra aziende italiane e americane, cocktail e cene esclusive a Palazzo Bovara nelle eleganti sale e nel cortile vista giardino che portano la firma dell'architetto Francesco Soave che, a fine '700, completò il palazzo, commissionato da Giovanni Bovara. Con la vicina sede di Confcommercio Milano in Palazzo Castiglioni, la location offrirà tutti i servizi e le “facilities” per organizzare eventi tecnologicamente avanzati.

“La nascita di ‘Casa America’ a Milano - rileva il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - conferma la forza attrattiva della città nel contesto del fuori Expo. Si tratta di una



*In corso Venezia nei palazzi Bovara e Castiglioni potranno esserci eventi e iniziative del Fuori Expo made in Usa*

nuova e straordinaria opportunità di incontro tra imprese e professionisti italiani e statunitensi sotto il profilo economico e culturale.

Con Casa America, collegata al Padiglione Usa a Expo 2015, Milano diventa più globale valorizzando il proprio territorio”. “Uvet supporterà gli Amici del Padiglione USA Milano 2015 nella gestione del ricco calendario di eventi previsti per tutta la durata dell'Expo Milano 2015, sia dentro sia fuori il sito Expo. Siamo molto felici di poter contare sulla loro profonda esperienza e conoscenza del settore” ha commentato l'ambasciatore Doug Hickey, commissario generale del Padiglione Usa a Expo Milano 2015.

“Casa America” sarà durante Expo il luogo dove gli imprenditori, che vogliono entrare in nuovi mercati e trovare partner commerciali oltreoceano, potranno organizzare eventi dedicati” ha dichiarato Luca Patanè, presidente del Gruppo Uvet.

*Le mostre fotografiche nelle sedi Confcommercio e del Circolo del Commercio*

## Photofestival raddoppia per Expo



**Conferenza stampa al Circolo del Commercio di Milano per la presentazione di Photofestival 2015** (foto di Fabrizio Andrea Bertani)

**E** in corso Photofestival, il grande circuito espositivo a Milano con le tantissime mostre fotografiche d'autore, promosso da AIF, l'Associazione Italiana Foto & Digital Imaging. Con Expo Milano 2015 Photofestival raddoppia: fino al 20 giugno e dal 15 settembre al 31 ottobre. Tra le iniziative di Photofestival 11 mostre nei palazzi storici di Milano. A Palazzo Castiglioni (sede della Confcommercio milanese, corso Venezia 47) dal 27 maggio al 16 giugno sono esposte le opere di Graziano Perotti con “Riscie”; di Raoul Iacometti con “Botteghe. Dal produttore al consumatore”; Studio Pace 10 con “Looking Inside”; Virgilio Carnisio con “Mercato specchio del mondo”; Rosanna Maiolino con “Measure for measure - daily food, daily garbage”. A Palazzo Bovara (sede del Circolo del Commercio, corso Venezia 51), sempre dal 27 maggio al 16 giugno, è possibile, invece, vedere le mostre di Luisa Pineri ed Elena Santoro “Traces of food”; di Michela Alessia Marcato “Memento Consumere” e di Francesca Moscheni “L'estetica del rebus”. (BB)



*Ed evento inaugurale a Roma alla sala del Tempio di Adriano*

## Settant'anni di Confcommercio L'incontro al Quirinale di Carlo Sangalli con il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella



In occasione del Settantesimo anniversario di Confcommercio il 29 aprile il presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha ricevuto al Quirinale una delegazione di Confcommercio guidata dal presidente Carlo Sangalli. Fondata il 29 aprile del 1945, Confcommercio-Imprese per l'Italia, celebra quest'anno i suoi 70 anni di vita, trascorsi rappresentando il terziario italiano (commercio, turismo, servizi, trasporti e professioni) nei suoi cambiamenti dalla nascita della Repubblica Italiana ad oggi. Imprese del terziario di mercato - rileva Confcommercio - che hanno fatto e continuano a fare la storia del nostro Paese, che hanno saputo innovare, diventare più moderne e sono un presidio sociale nelle nostre città e territori. Infatti, sono imprese che, oltre alla valenza di carattere economico - contribuiscono al Pil e all'occupazione italiana per più del 40% del totale - creano anche condizioni di vitalità e qualità dei territori, limitano il degrado, stimolano la riqualificazione urbana, lo sviluppo, la legalità.

A Roma, per l'evento inaugurale del Settantesimo anniversario di Confcommercio, la sala del Tempio di Adriano si è trasformata nel contenitore di settant'anni di storia, esperienza, impegno, emozioni che hanno caratterizzato l'attività della Confederazione. Nel corso della serata sono stati trasmessi il

video "Il lungo viaggio" che ripercorre, con foto storiche e contemporanee dell'archivio dei Fratelli Alinari la storia del nostro Paese e delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti, e il film "Una mano in più" che racconta il valore economico e sociale delle realtà che Confcommercio rappresenta. Sono state, inoltre, premiate

due imprese associate che si sono distinte in questi settant'anni per innovazione e tradizione. All'evento presso la sala del Tempio di Adriano hanno partecipato esponenti del mondo della politica, delle istituzioni, dell'economia e del sistema Confcommercio.





*Al Circolo del Commercio di Milano l'iniziativa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con la consegna degli attestati regionali di competenza ad oltre 30 manager*

## Manager certificati per i Distretti del commercio

**D**istretto del Commercio: un centro commerciale naturale organizzato e gestito in modo unitario e coordinato, con un valore aggiunto al consumatore perché inserito in un contesto urbano con un'identità. Vie e luoghi del commercio dove non soltanto si possano trovare prodotti e servizi, ma nei quali sia piacevole passeggiare, parlare, sostare ed osservare. Ora c'è una nuova figura professionale certificata che può aiutare a dare un'ulteriore importante spinta per valorizzare pienamente i Distretti del Commercio. Ci sono, infatti, oltre 30 manager per i Distretti del Commercio che hanno ricevuto al Circolo del Commercio di Milano - con l'iniziativa promossa il 29 aprile da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - gli atte-

stati regionali di competenza che certificano il percorso formativo compiuto secondo il Quadro Regionale degli Standard Professionali (QRSP). Manager certificati che possono occuparsi di gestione, coordinamento e attuazione delle politiche commerciali e promozionali sul territorio di un Distretto del Commercio. Alla cerimonia di consegna degli attestati - con il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo, il consigliere con competenza sui Distretti del Commercio Fabio Moroni e il segretario generale Gianroberto Costa - sono, fra gli altri, intervenuti Mauro Parolini, assessore a Commercio, Turismo e Terziario di Regione Lombardia, ed Eugenio Comincini, vicesindaco di Milano Città Metropolitana.



(foto di Mattia Dognini)



## Distretti del Commercio: i dati

*Sono 202 i Distretti del Commercio in Lombardia riconosciuti: 53 Duc (Distretti urbani del commercio) e 149 Did (Distretti intercomunali diffusi).*

*Sono coinvolti nei Distretti del Commercio 796 Comuni lombardi (il 52% del totale). Più di 90mila le imprese commerciali che operano nell'ambito dei Distretti.*

*Le risorse regionali stanziare per i Distretti del Commercio ammontano complessivamente a più di 88 milioni di euro (cinque i bandi emessi da Regione Lombardia: dal 2008 al 2013).*



## Gianfausto Radrizzani: il ricordo di Carlo Sangalli

**C**ordoglio per la scomparsa di Gianfausto Radrizzani, storico operatore milanese, già presidente dell'Associazione droghieri, componente di Giunta e del Consiglio direttivo di Assofood Milano, l'Associazione del dettaglio alimentare di Confcommercio Milano (ultimamente era componente del Comitato dei saggi di Assofood). Su Radrizzani pubblichiamo un ricordo del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli.



**G**ianfausto Radrizzani è un nome che ha voluto dire qualcosa per il commercio milanese e per la nostra Organizzazione. Non a caso le parole con cui lo ricorda la sua Associazione - a cui Gianfranco apparteneva con dichiarato orgoglio - sono piene di intimità e di stima. E, soprattutto, sono colme di affetto. Milanese fino al midollo e grande lavoratore, Gianfausto aveva quella curiosità aperta, sintomo di intelligenza, che lo rendeva capace di ascoltare, ma anche di essere molto ascoltato. Un giornalista gastronomico scriveva così qualche anno fa: "Fortuna che ci sono ancora personaggi alla Gianfausto Radrizzani, che resistono contro tutti e contro tutto. E sì che la sua non è proprio una 'resistenza': il suo negozio di 200

metri quadrati in viale Piave è frequentatissimo, e con grande ragione. C'è veramente di tutto, in questo anatro con le insegne color verde pastello. Anzitutto, la simpatia di Gianfausto e del figlio Emilio, che governano da par loro uno staff di 14 dipendenti, e fanno sentire ogni cliente come in casa propria". Così me lo ricordo anch'io, Gianfausto Radrizzani, droghiere e sindacalista, ma, soprattutto, brava persona. Oggi non c'è più, ma possiamo ancora dire: fortuna che ci sono stati personaggi come lui.

**Carlo Sangalli**

**C**laudio Salluzzo, coordinatore della filiera agroalimentare della Confcommercio milanese rileva come Gianfausto Radrizzani abbia "rappresentato per me tre passaggi fondamentali della mia vita professionale: il senso del profondo e sentito 'attaccamento' per Unione Confcommercio; la straordinaria passione per il tema sindacale che mai mancava di approfondire con una curiosità coinvolgente con l'obiettivo di assistere al meglio gli associati; l'amore incondizionato per il suo mondo, quello dei droghieri con la loro importantissima 'storia' ed evoluzione. Da 'bottegai' come simpaticamente Lui stesso li definiva e si definiva, a precursori delle più moderne forme commerciali con i gruppi d'acquisto". Il senso di tristezza che mi pervade - prosegue Salluzzo - "penso di poterlo condividere con le tantissime persone che lo hanno conosciuto. Mi mancheranno anche gli incontri da 'atleta della tavola' (altra Sua definizione) che svolgevamo nelle nostre liete ricorrenze associative e nelle quali non mancava mai di insegnarmi il dialetto milanese e le 'unicità' di Milano, la Sua Milano. Così desidero ricordarlo". Ai familiari di Gianfausto Radrizzani le condoglianze del giornale.



# Galbiati

A R R E D A



ADIMEMBER

## PROGETTA, RISTRUTTURA, PERSONALIZZA.



Arrediamo con:

ALIVAR arflex Artemide arper Caimi BREVETTI calligaris Campeggi CASAMANIA  
DEDON' DESALTO désirée divani driade elam Tisettanta Euromobil FIAM ITALIA FURXFORM  
FLOS ilou FontanaArte FUTURA GAGGENAU GLAS Kartell MERIDIANI  
Minotti D à NATEVO PAOLA LENTI PENTA Poliform Poltrona Frau porada  
Rimadesio RODA Tisettanta Tonelli Varenna Poliform Zalf zanotta

MILANO

MAIN SHOWROOM

CORNER ilou

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

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

HONG KONG

Galbiati  
CALCINA  
IN  
STILE

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

www.galbiatiarreda.com - info@galbiatiarreda.com

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](http://www.entemutuomilano.it)  
[marketing@entemutuomilano.it](mailto: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.**

Iniziativa promossa  
in Confcommercio Milano  
in collaborazione  
con il Ministero  
dello Sviluppo economico,  
Ufficio Pcn Italia  
(Pcn: Punto di contatto  
nazionale) e con  
il patrocinio  
di Confcommercio



**CONVEGNO**  
**RATING DI LEGALITA'**  
Caratteristiche, opportunità ed implicazioni per le imprese

## Asseprim: Rating di legalità strumento per valorizzare le imprese

Organizzato da Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali per le imprese), in Confcommercio Milano, il convegno "Rating di legalità: caratteristiche, opportunità ed implicazioni per le imprese"; l'iniziativa è promossa in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo economico, Ufficio Pcn Italia (Pcn: Punto di contatto nazionale) e con il patrocinio di Confcommercio.

In un contesto economico gravato da significativi tassi di economia sommersa ed illegale, "servono strumenti - rileva Umberto Bellini, presidente di Asseprim - in grado di premiare quelle imprese che del 'fare business' sano, trasparente, legale ed etico, connotano la propria attività quotidiana". E il Rating di Legalità è un innovativo strumento, promosso dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (a partire dalla fine del 2012), che permette di valorizzare le imprese sane e virtuose sulla base di una serie di parametri

normativi ed extranormativi. Asseprim approfondisce la tematica del Rating di Legalità ponendosi l'obiettivo di facilitarne e favorirne la diffusione, condividendo nuovi strumenti e conoscenze e supportando i manager nella loro operatività quotidiana. Il possesso del Rating può essere assimilato al possesso di un titolo di merito premiante ed attribuito unicamente alle realtà votate alla trasparenza, alla legalità e che abbiano adottato strumenti e prassi di responsabilità sociale. Il Rating permetterà di avere accesso facilitato al credito, nonché di concorrere con maggior successo all'assegnazione di bandi pubblici o contributi erogati dalla Pubblica Amministrazione. (SM)



*Umberto Bellini presidente Asseprim:  
"servono strumenti in grado di premiare  
quelle imprese che del 'fare business' sano,  
trasparente, legale ed etico,  
connotano la propria attività quotidiana"*



### Rating di legalità: alcuni dati

Dall'entrata in vigore del regolamento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (2 gennaio 2013) al 31 dicembre 2014 sono giunte 544 richieste di rating - 142 nel 2013 e 402 lo scorso anno - che hanno finora condotto all'attribuzione del rating a 271 imprese. Molte domande sono tuttora in corso di valutazione (nel 2% dei casi le richieste sono state respinte).

**Distribuzione delle imprese per Regione.** Oltre il 62% delle domande di Rating proviene da imprese con sede legale in Sicilia (14%), Lombardia (13,2%), Veneto (13%), Lazio (12,3%) ed Emilia Romagna (10,3%). Il 43,3% delle richieste di rating proviene dal Nord Italia, il 31,7% dal Mezzogiorno e il 22% dal Centro Italia.

**Distribuzione delle imprese in base al settore di attività.** I

servizi vari alle imprese (18,6%) sono il settore in cui vi è maggior richiesta del Rating. Seguono il metalmeccanico (10,9%), l'edilizia (9,3%) altro manifatturiero (8,8%), commercio (6,4%) ambiente/smaltimento rifiuti e chimica/farmaceutica (entrambi al 6,2%).

**Distribuzione delle imprese richiedenti in base alla forma giuridica.** Il 55,19% delle imprese che richiedono il Rating è una Srl, Spa il 31,39% e cooperative il 6,49%.

**Dimensioni delle imprese che richiedono il Rating.** Molte imprese superano di poco la soglia minima di fatturato prevista per l'accesso al rating (2 milioni di euro) altre presentano fatturati più elevati e appartengono anche a gruppi societari del panorama produttivo nazionale e internazionale. Circa l'80% delle imprese richiedenti realizza un fatturato compreso tra i 2 e i 50 milioni di euro. Meno del 3% delle imprese realizza un fatturato superiore ai 300 milioni di euro. Il 12% delle richieste di rating, provenienti da imprese con fatturato inferiore a 2 milioni di euro, non è stato valutato. Il 3% delle imprese richiedenti il Rating occupa più di 1.000 persone. La maggior parte delle imprese (circa il 78%) ha meno di 100 addetti.

E a Roma  
in Confcommercio  
il 28 ottobre



## I dieci anni dell'Assintel Report a Milano in Smau il 23 ottobre

**D**ate ad ottobre - a Milano in Smau il 23, a Roma il 28 - per Assintel Report 2015, la ricerca promossa da Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict), con Next Value, sul mercato It italiano. Assintel Report - patrocinato da Agenzia per l'Italia Digitale e che vede fra i partner istituzionali Confcommercio, Infocamere e Smau - festeggia quest'anno i 10 anni: il 23 ottobre a Milano in Smau con una tavola rotonda-evento che vedrà protagonisti numeri-uno di aziende "end users" sul tema della trasformazione digitale e sul nuovo ruolo dell'It in azienda. L'appuntamento di Roma del 28 ottobre, in Confcommercio, sarà più dedicato agli stakeholder interlocutori istituzionali e al mondo politico. Assintel, in occasione dei 10 anni di

Assintel Report, ha inoltre istituito il premio "Assintel Award 2015" sui temi d'attualità del fare impresa. Queste le categorie dei premi: innovazione dei processi commerciali (come è cambiata la relazione con il cliente), apertura di nuovi mercati esteri, sviluppo del prodotto di successo (miglior prodotto dell'anno). La premiazione "Assintel Award 2015" avverrà a Milano in Smau il 23 ottobre.



Con il premio  
"Assintel Award  
2015"

Giorgio Rapari,  
presidente Assintel

Convegno Nazionale promosso da Assotemporary e retail&food  
**Temporary World 2015**  
"Tra Contratto e Omnicanalità"

In Confcommercio Milano

### Assotemporary Il 16 giugno Temporary World

**T**emporary World, l'evento annuale di Assotemporary, si svolge il 16 giugno in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Colucci, ore 9.30). L'iniziativa è realizzata in collaborazione con "Retail&Food" e "BeTheBoss.it". Al

contratto-tipo per il temporary shop sarà dedicata la prima parte del Temporary World (con il confronto fra esperti di diritto, manager, imprenditori); la seconda tavola rotonda sarà invece incentrata sull'omnicanalità.

### Residence e appartamenti turistici

## Rescasa Lombardia: Raffaele Paletti confermato presidente

**R**iconferma di Raffaele Paletti alla presidenza di Rescasa Lombardia (l'Associazione dei residence e degli appartamenti ad uso turistico). Vicepresidenti: Roberto Mari (vicario) e Marco Mambretti. Completano il Consiglio direttivo: Virgilio Torniamenti, Rosa Anna Raimondi, Stefania Callerio e Vincenzo Cella. Paletti, titolare di varie strutture (Residence Biancacroce, Desenzano, Lepontina, Cremona e My House Apartments) ha iniziato - spiega Rescasa Lombardia - un lavoro di allargamento dell'area associativa con l'inserimento di realtà operanti nell'ambito



Raffaele Paletti

della gestione di appartamenti turistici. Halldis, uno dei gruppi più attivi nel settore con oltre 400 appartamenti a Milano, ha in Vincenzo Cella il suo rappresentante nel Consiglio Direttivo. Rescasa Lombardia si propone oggi come punto di riferimento per la ricettività in appartamenti, avendo un network di 3.500 appartamenti e circa 9.000 posti letto. Ricordiamo, in funzione di Expo Milano 2015, il "polo del temporaneo" promosso da Rescasa Lombardia e Assotemporary (vedi *Unioneinforma di marzo a pag. 26 n.d.r.*): un'offerta integrata di residence, appartamenti, uffici e negozi temporanei (questi ultimi associati ad Assotemporary, l'Associazione italiana dei "temporary spaces"). Nell'immediato futuro Rescasa Lombardia, oltreché proseguire nello sviluppo associativo a livello milanese, intende dare luogo ad un "giro di Lombardia" per coinvolgere i circa 900 residence attivi nella regione.

## Autorimesse: rampe intercluse al passaggio di persone escluse a Milano dalla Tari (tassa rifiuti)

Escluse a Milano dalla Tari (tassa rifiuti) le rampe delle autorimesse intercluse al passaggio di persone perché manufatto non suscettibile di presenza umana (e, quindi, di capacità di produrre rifiuti). È il chiarimento che Confcommercio Milano – su richiesta da Apa, l'Associazione provinciale delle autorimesse – ha ottenuto dal Settore Tributario del Comune di Milano. L'interpretazione fornita dal Comune di Milano apre oltretutto prospettive positive per analoghe procedure e comportamenti di altre amministrazioni comunali. Da parte di Apa, soddisfazione per il risultato ottenuto a beneficio delle imprese del settore. (AL)

*Chiarimento che Confcommercio Milano ha ottenuto dal Settore Tributario del Comune*

Soddisfazione di Apa

QUESTA AUTORIMESSA È ASSOCIATA



Associazione Provinciale Autorimesse

[www.parkingmilanoapa.it](http://www.parkingmilanoapa.it)



## Autorimesse milanesi: Apa sbarca in Europa con Parclick.Com

Milano Apa (l'Associazione provinciale autorimesse), in funzione di Expo, ha sottoscritto una convenzione con Parclick S.L. (azienda leader in Europa nel settore della sosta a lungo termine in autorimessa e marketplace di riferimento delle autorimesse). Attraverso il portale web Parclick ([parclick.com/it/](http://parclick.com/it/)) gli utenti possono prenotare da pc o smartphone il proprio posto auto scegliendo tra circa 400 parcheggi distribuiti tra Italia, Spagna, Francia e

Portogallo. Apa, con numerose autorimesse associate, ha contribuito al lancio del portale web anche a Milano. I turisti e i cittadini milanesi potranno ora prenotare la propria sosta usufruendo delle migliori offerte ad essi dedicate dalle autorimesse convenzionate. Con questa partnership l'Associazione è presente e promossa anche nei mercati esteri tramite i social media di Parclick S.L. Ed è inoltre possibile trovare Apa su Twitter e Facebook. (SM)

## Monza e il Fuorisalone del Mobile Design: vetrine dei negozi con sedie d'autore

Con il Salone internazionale del Mobile anche Monza ha ospitato iniziative del Fuorisalone per valorizzare il tessuto produttivo e i giovani designer del territorio, animando la città e promuovendone i luoghi simbolo. Durante il Fuorisalone a Monza le vetrine di alcuni negozi del centro sono state allestite con i pezzi della mostra alla scoperta delle tredici sedie: quelle mai dipinte nell'Ultima Cena di Leonardo. Sedie realizzate dalle imprese artigiane: AC, Arosio Carlo di Arosio Luca & C., arredamenti Perego 1963, 2B di Borsato Gabriele & C., Cazzaniga Silvano Mariano Domenico, Cereda Softline, Citterio F.lli di Lucio Gianfranco & C., Dassi Albano di Dassi Fausto & C., Galbiati Natale & Figli, GD di Valter Guidetti & Stefano Dassi, GV di Villa Gianluca, M.I.A., Proma Provasi Mobili Arredamenti, Sangalli Arredamenti di Sangalli Fabio Carlo & C., Sanvito Arredamenti di Alberto Luca e Stefano. Ecco i negozi che hanno allestito la vetrina con le sedie: Abbigliamento Donna Pessina, Calzature Le Menegatto, Abbigliamento Boggi, Abbigliamento Andros Uomo Moda, Abbigliamento Enrico Carnelli, Profumeria Meroni Gianpietro, Ottica Riga

Domenico, Cartoleria Loma, Lista nozze Bergomi, Intimo Le Perle, Abbigliamento Lecchi, Biancheria



**Il sindaco di Monza Roberto Scanagatti (a sinistra) con il presidente dell'Unione Commercianti di Monza Carlo Alberto Panigo**



**Una delle 13 sedie oggetti di design che per il Fuorisalone del Mobile hanno trovato spazio nelle vetrine dei negozi del centro di Monza**

per la casa Giotto, Vergelio Calzature Marilena. L'iniziativa è stata promossa dalla Camera di commercio di Monza e Brianza e dal Comune di Monza in collaborazione con l'Unione Commercianti monzese e Apa Confartigianato.

# 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 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 2015 le annualità si riferiscono agli anni 2013/2014/2015).



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



*Il punto sui risultati emersi nell'indagine "Insieme per la sicurezza" (presentati a Milano in Confcommercio in occasione della Giornata di mobilitazione nazionale Confcommercio sulla legalità)*

Milano Bicocca (Dipartimento di Statistica e Metodi Quantitativi). Ricordiamo che l'indagine "Insieme per la sicurezza" era stata presentata il 26 novembre a Milano in Confcommercio in occasione della Giornata di mobilitazione nazionale Confcommercio sulla legalità. L'incontro

## Criminalità: confronto con le Forze dell'Ordine promosso dall'Associazione dell'Adda Milanese

**A** Vaprio D'Adda il 22 aprile, nella sede dell'Associazione territoriale Confcommercio dell'Adda Milanese di via Vanvitelli, si è svolto un importante momento di dibattito sui risultati che erano emersi nell'indagine "Insieme per la sicurezza" promossa da Confcommercio in partnership con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: un censimento sui fenomeni della criminalità a Milano e nell'area metropolitana realizzato attraverso gli oltre 4.000 questionari - compilati in forma anonima - restituiti dalle imprese ed i cui dati sono stati elaborati dall'Università degli Studi di

del 22 aprile promosso dall'Associazione territoriale dell'Adda Milanese, ha permesso di analizzare gli esiti dell'indagine che hanno riguardato il territorio locale con un confronto fra le Forze dell'Ordine e gli operatori commerciali. Alla serata - con il presidente Giuseppe Legnani e i rappresentanti dell'Associazione dell'Adda Milanese - hanno partecipato: il sindaco di Vaprio D'Adda Andrea Benvenuto Beretta; Marco D'Aleo (comandante della Compagnia Carabinieri di Vimercate); Nicola Misino (comandante della Stazione Carabinieri di Vaprio D'Adda); Pasquale Giuseppe Capretti (presidente a Trezzo sull'Adda dell'Associazione nazionale Carabinieri); Stefano Rossi (comandante del Corpo intercomunale di Polizia locale Martesana Est); Marco Barbieri (vicesegretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza). Le Forze dell'Ordine, nel rimarcare la fondamentale collaborazione degli operatori commerciali come punti di presidio del territorio, hanno invitato a segnalare eventuali anomalie così da poter garantire una più incisiva azione di controllo.

## Ambulanti e Direttiva Bolkestein: incontri a Vaprio e Cassano d'Adda

**I**n collaborazione con Apeca (l'Associazione milanese degli ambulanti) l'Associazione territoriale Confcommercio dell'Adda Milanese ha promosso due momenti formativi sulla Direttiva Bolkestein che interessa gli operatori del commercio su aree pubbliche. Un primo incontro si è svolto presso la sede dell'Associazione a Vaprio d'Adda, in via Vanvitelli, con i funzionari degli uffici Commercio e della Polizia locale dei Comuni di Cassano d'Adda, Grezzago,

Inzago, Pozzo d'Adda, Trezzano Rosa, Trezzo sull'Adda e Vaprio Adda. Un successivo appuntamento si è tenuto, grazie alla disponibilità dell'Amministrazione comunale, presso la Fortezza Viscontea di Cassano d'Adda con gli ambulanti e i rappresentanti delle istituzioni locali del territorio.

*Promossi dall'Associazione territoriale dell'Adda Milanese in collaborazione con Apeca*

**informa**  
**Unione**

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

**PROPRIETÀ**  
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano  
[www.unionemilano.it](http://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](mailto: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.

# Unione Confcommercio

## La nuova Guida alle Convenzioni

Online su  
[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

La copia cartacea si può richiedere presso la propria Associazione



**E'** on line sul sito di Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) la nuova Guida alle Convenzioni 2015/16.

La Guida è un utile e comodo strumento per poter essere sempre aggiornati su tutte le opportunità dedicate ai soci per poter risparmiare sia nella gestione aziendale, ma anche in servizi che coinvolgono la propria vita privata. Tre i livelli di convenzione - base, dedicata, esclusiva - che permettono un'offerta differenziata e adattabile alle caratteristiche ed alle diverse esigenze delle imprese associate. Nelle convenzioni 2015/16 ancora maggiore rilievo viene

dato a quelle esclusive e dedicate.

Si potrà individuare ancora più facilmente una serie di proposte riservate solo ai soci Unione Confcommercio, caratterizzate da sconti e servizi esclusivi (segnalate anche con un logo), ed arricchite nel corso dell'anno da promozioni.

Per accedere alle convenzioni bisogna semplicemente mostrare ai fornitori la tessera associativa.

Se non se ne è ancora in possesso, la si può richiedere alla propria Associazione di riferimento presso la quale è anche possibile chiedere la copia cartacea della Guida

Per informazioni sulla Guida alle Convenzioni contattare la propria Associazione o telefonare allo 027750372

e-mail: [convenzioni.impresa@unione.milano.it](mailto:convenzioni.impresa@unione.milano.it)

### Convenzioni Dedicare

Share 5 Like 0 Tweet 0 +1 0

Le convenzioni **dedicate**, oltre a scontistiche aggiuntive rispetto alla convenzione "base", propongono anche un servizio o un prodotto offerto gratuitamente ai soci e sono arricchite, durante il corso dell'anno, da promozioni.

CHI È CONFCOMMERCIO LE CONVENZIONI NAZIONALI NOTIZIA DEL GIORNO: SANGALLI: "LA SFIDA PER IL FUTURO È GIOCARE IN ..."

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

EXPO 1 GIORNI ALL'EVENTO >

AREA RISERVATA  
 Utente:   
 Password:    
 Ricorda password | [Recupera password](#)

ASSOCIAZIONI CHI SIAMO NEWS EXPO MILANO 2015 EVENTI CONTATTI COME ASSOCIARSI

Impresa e Persona / Convenzioni e Vantaggi / Novità e Promozioni

### Novità e Promozioni

Le promozioni del momento (aggiuntive rispetto alle convenzioni)

PROMOZIONI ESCLUSIVE

- » ECOMILANO
- » API
- » GALBIATI ARREDA
- » GEM
- » LA SERIGRAFICA

PROMOZIONE DEDICATE

- » 4BILD
- » ARIELCAR
- » FACILE.IT
- » QUIXA
- » SKY

**ESCLUSIVA**

Convenzioni Esclusive solo per i nostri soci

**COGLI IL RISPARMIO**

Le convenzioni **esclusive** sono proposte uniche, ideate e riservate solo ai soci Unione Confcommercio, caratterizzate da uno sconto o un servizio per l'appunto esclusivo (segnalate con un logo), anch'esse aggiornate con promozioni durante l'anno.

## AVVISO PER LE IMPRESE ASSOCIATE

**Unione Confcommercio - Imprese per l'Italia  
Milano Lodi Monza e Brianza**

è la nuova denominazione sociale della nostra Organizzazione secondo lo Statuto approvato nell'assemblea straordinaria del 12 dicembre 2014 (rimangono invariati gli altri dati fra cui il codice fiscale)

*Il supporto di Interflora*



Fioristi dell'Associazione milanese: addobbo del Ponte dei Sassi a "Fiori sul Naviglio Grande"

In occasione di "Fiori sul Naviglio Grande", i fioristi dell'Associazione dettaglianti fiori e piante di Confcommercio Milano hanno curato l'addobbo del Ponte dei Sassi con margherite gialle, garofani, bacchette di salice flessibile e smile (donati da Interflora). L'iniziativa era collegata ad "Amici in Fiore", il progetto patrocinato da Legambiente onlus, Senato e Ministero dell'Ambiente che ha come

obiettivo quello di educare bambini, genitori ed insegnanti delle scuole primarie alla bellezza del territorio, dei sentimenti e delle relazioni interpersonali. (BB)



50& Più Milano: conferenza il 23 giugno sul campanile di Giotto

Avrà una parte aperta al pubblico l'assemblea di 50&Più Milano, in programma presso la sede della Confcommercio milanese (corso Venezia 47, ore 15.30) il 23 giugno. Dopo la fase iniziale riservata agli associati, vi sarà infatti la conferenza "Il lavoro e l'ideale. Il ciclo delle for-

*In Confcommercio Milano iniziativa culturale aperta al pubblico in occasione dell'assemblea*

melle del campanile di Giotto". La relatrice, professoressa Mariella Carlotti – già intervenuta due anni fa con un interessante percorso storico dedicato alla costruzione del Duomo di Milano – guiderà i partecipanti nell'interpretazione delle formelle scolpite sul campanile di Giotto a Firenze quasi sette secoli fa.

L'ingresso alla conferenza del 23 giugno è libero prenotandosi telefonicamente allo 0276281227 o scrivendo un'email a [50epiu.mi@50epiu.it](mailto:50epiu.mi@50epiu.it).

Un premio alla qualità a chi, da oltre 40 anni, porta i migliori prodotti ad aziende e consumatori: i Fratelli Abbascià Ortofrutta scelti da Bistrot Milano Duomo (Autogrill).



**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



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



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