

# Unione

*informa*



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

PRESENTAZIONE IN CONFCOMMERCIO MILANO CON FTO, LA FEDERAZIONE DEL TURISMO ORGANIZZATO MILANO E "LEONARDO 500": PACCHETTI TURISTICI CREATI DAGLI STUDENTI DEL MASTER IN TURISMO DELL'UNIVERSITÀ BICOCCA



GIOVANI CONFCOMMERCIO  
A PALAZZO BOVARA



WAKE MI UP RICOMINCIA  
CON LA STORIA DI MARCO BUTICCHI  
IMPRENDITORE E SCRITTORE  
D'AVVENTURA FRA I PIÙ LETTI

Antiquari milanesi:  
testimonial d'eccellenza  
per AMART dall'8 al 12 maggio  
alla Permanente



Accrescere la competenza digitale  
delle aziende che operano sui mercati esteri  
**Aice: nasce il Digital Export Center**



**Promo.Ter** Unione

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



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

## Hai necessità di ...?



### SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO:

- documento valutazione rischi aziendali
- rspp esterno
- medico competente  
e sorveglianza sanitaria
- corsi di formazione
- piano di emergenza
- piano di evacuazione
- prova di evacuazione
- certificazione prevenzione  
incendi
- verifica periodica  
messa a terra  
impianto elettrico
- d.u.v.r.i./p.o.s.
- servizio defibrillatore
- rilevazione fonometrica
- valutazione impatto acustico



### HACCP e IGIENE DEGLI ALIMENTI:



- piano di autocontrollo
- formazione addetti
- tamponi autotest per corretta sanificazione
- verifica taratura termometri
- etichettatura alimenti
- dichiarazione nutrizionale
- abbonamento piattaforma allergeni

### GDPR PRIVACY:



- privacy assessment
- produzione documentale
- formazione addetti  
in aula / e-learning
- audit
- verifica it compliance
- verifica della vulnerabilità dell'infrastruttura  
informatica-data breach
- iter per installazione sistemi di videosorveglianza
- nomina esterna Data Protection Officer (DPO)
- Servizio Facile / Servizio 82

## CONTATTACI PER IL TUO PREVENTIVO

e se pensi di non avere necessità

... per **SICUREZZA** ...

contattaci comunque!

## Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 7750.590/591 - Fax 02 7750.895 - club.sicurezza@unione.milano.it  
club.haccp@unione.milano.it - club.privacy@unione.milano.it



## 350 caratteri di confcommercio



**Carlo Sangalli** - Presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

“La stessa storia - di passione, creatività, successo, come imprenditore e come scrittore - di Marco Buticchi ci fa guardare il futuro con occhi più ‘giovani’, osservando il mondo con coraggio e curiosità, andando oltre i propri orizzonti e i pregiudizi altrui. A partire da quelli che raccontano il terziario lontano dalla cultura che è, invece, insieme al turismo, una delle leve più fresche del nostro futuro economico ed associativo”



**WAKE MI UP RICOMINCIA CON “WRITE MI UP”:** LA STORIA DI MARCO BUTICCHI - Primo appuntamento 2019, lunedì 4 marzo, al Circolo del Commercio di Milano (Palazzo Bovara) con Wake Mi Up, il progetto del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza che, attraverso networking breakfast, mette a confronto i giovani imprenditori del terziario con personalità del mondo della politica, dell'economia e della cultura. Ospite Marco Buticchi, “intervistato” dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e dal presidente dei Giovani Imprenditori Andrea Colzani (Colzani, Buticchi e Sangalli assieme nella foto di Mattia Dognini). Passato da trader petrolifero, presente da imprenditore e bagnino in Liguria (presidente Fipe di La Spezia) Buticchi è, da anni, uno degli scrittori d'avventura più letti: è autore di libri di successo come “Le pietre della luna”.



# CON CONFCOMMERCIO CONNESSI

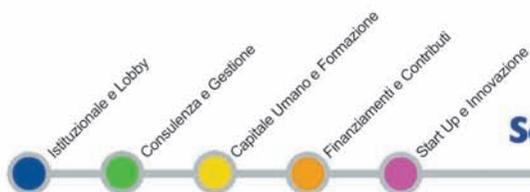


## PORTA ONLINE LA TUA FATTURAZIONE CON UNA SOLUZIONE SEMPLICE, COMPLETA E SICURA.

A partire dal 1 gennaio 2019 tutte le imprese per essere in regola sono obbligate ad emettere **fatture elettroniche**, apporre la firma digitale, spedirle allo SDI in formato XML, avere la possibilità di ricevere le fatture dei loro fornitori, sempre tramite un portale SDI e conservare il formato delle fatture per 10 anni.

Tutte queste procedure non sono un problema con Confcommercio Milano, grazie ad una soluzione compresa nel servizio di contabilità di **Centrimpresa**, ma disponibile anche per tutti gli altri soci. E' un normale servizio che si può avere con piccoli canoni mensili in modo semplice anche da smartphone, tablet e pc, con una app pratica e intuitiva.

**In regola, semplicemente connessi con Confcommercio Milano.**



**Scegli il percorso giusto per far crescere la tua azienda.**

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

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

**f** Confcommercio Per Te



*Il presidente di Confcommercio e Camera di Commercio all'incontro tra il sindaco di Milano Giuseppe Sala e il sindaco di Lione Gérard Collomb*

*Il sindaco di Milano Giuseppe Sala e il sindaco di Lione Gérard Collomb*

## Sangalli: portare avanti la TAV Effetti positivi per tutto il mondo delle imprese

“**M**olto positivo l'incontro tra i sindaci di Milano e Lione che sottolinea l'urgenza di portare avanti le infrastrutture necessarie a Italia, Francia ed Europa. Le inefficienze logistiche – ha affermato il presidente di Confcommercio e Camera di Commercio Carlo Sangalli intervenuto all'iniziativa promossa a Palazzo Marino - fanno perdere al nostro Paese, ogni anno, circa 34 miliardi di euro di Pil. Abbiamo, invece, bisogno urgentemente di più crescita,

più investimenti e più infrastrutture. Proprio per questo va portata avanti la Tav Torino–Lione per connettere con più forza l'Italia all'Europa con effetti positivi per tutto il mondo delle nostre imprese”.

“In particolare – ha aggiunto Sangalli - la Tav Torino-Lione ha un grande valore per il nostro territorio. Con la realizzazione, infatti, dell'alta velocità Genova-Milano, la nostra città diventerebbe un nodo strategico di primaria importanza in Europa con benefici per tutta l'Italia”.

### IL 'COME FARE' DEL GDPR -

Ampia partecipazione in Confcommercio Milano al convegno “Il 'Come fare' del GDPR: dalla teoria alla pratica” organizzato da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con il Gruppo di lavoro Sicurezza Informatica di Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict). Sono stati illustrati alle aziende i servizi dello Sportello Privacy e GDPR di Promo.Ter - Club della Sicurezza. Fra gli interventi quello di Giovanni Ziccardi, professore di Informatica Giuridica presso l'Università degli Studi di Milano;

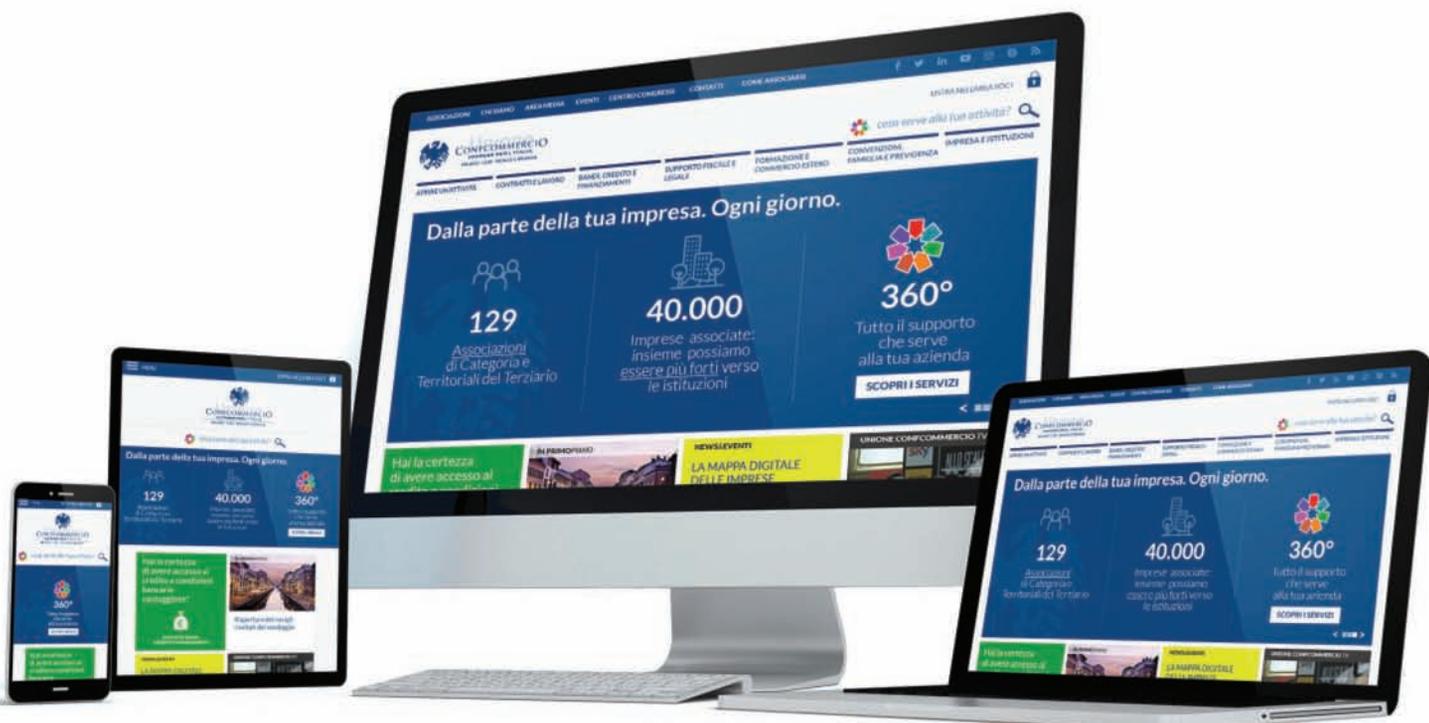
Marco Menegazzo, comandante del Nucleo Speciale della Guardia di Finanza che si occupa di svolgere le verifiche sugli adempimenti al GDPR; Paola Generali, vicepresidente Assintel e Coordinatrice del Gruppo di Lavoro Sicurezza Informatica.



15 APRILE IN CONFCOMMERCIO MILANO: “**NOVITÀ E PROBLEMI APERTI IN TEMA DI GESTIONE RIFIUTI**” – “Novità e problemi aperti in tema di gestione rifiuti” è il convegno, organizzato dall'Area Ambiente della Direzione Affari legali di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, in programma lunedì 15 aprile nella sede della Confcommercio milanese (corso Venezia 47, ore 14).

Realizzato in collaborazione con AssICC, Assofermet e Anco, tratterà con taglio pratico diversi temi: le novità intro-

dotte dalla legge 12/2019, di modifica e conversione del decreto legge 135/2018 (cosiddetto Semplificazioni) relativamente a soppressione del Sistri ed istituzione del Registro elettronico nazionale, con le conseguenti implicazioni in termini di adempimenti ambientali; le ulteriori novità relative a Registri e FIR digitali. Poi altri argomenti di rilievo quali, ad esempio, il “Responsabile Tecnico Gestione Rifiuti”, il Piano di Emergenza Interno per gli impianti di stoccaggio rifiuti e le novità in tema di End of Waste.



## COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

**[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**  
 ANCORA PIÙ NUOVO, UTILE E SEMPRE CON TE



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

**Soddisfazione della Confcommercio lombarda e del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per l'approvazione da parte del Consiglio Regionale**



**Alfredo Zini, coordinatore Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza**

## Lombardia, nuova legge sugli esercizi storici



**CLUB  
IMPRESE  
STORICHE**

sicimento di storica attività: 40 anni. “La legge per la valorizzazione delle attività storiche e di tradizione – afferma Carlo Massoletti, vicepresidente di Confcommercio Lombardia –

**G**iudizio positivo del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e di Confcommercio Lombardia per l'approvazione, da parte del Consiglio Regionale lombardo, della legge sulla valorizzazione delle attività storiche e di tradizione. La legge, rileva il Club Imprese Storiche, stanziava 2,8 milioni di euro per la realizzazione di un pacchetto di misure di sostegno alle attività storiche. Si potrà realizzare, sottolinea Confcommercio Lombardia, un bando a supporto degli esercizi storici: dall'innovazione, al passaggio generazionale, agli interventi di valorizzazione dei negozi e dei locali. Bene, inoltre, la premialità sui bandi e la possibilità di individuare forme di agevolazione sui tributi locali e per l'accesso al credito. Con la nuova legge si abbassa la soglia minima per ottenere il ricono-

dimostra l'impegno di Regione Lombardia. Per la prima volta, infatti, si riconosce in Italia il ruolo dei negozi storici per l'economia di una regione e per la comunità locale. In particolare, si guarda al futuro sostenendo imprese che sono riuscite a fare della tradizione e dell'innovazione due punti di forza. Imprese che generano valore economico, rendono identificabili brand a livello internazionale e diventano luoghi di incontro per turisti e cittadini”. “Il fascino delle imprese storiche – aggiunge Alfredo Zini, coordinatore del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - è parte integrante dell'attrattiva di tutte le nostre città. Gli esercizi storici sono imprese vive che esprimono e restituiscono al territorio in cui operano un grande valore non solo economico”.



**Carlo Massoletti, vicepresidente di Confcommercio Lombardia**



**Alle paghe e ai contributi  
ci pensa Promo.Ter:**  
loro sono specializzati, professionali,  
aggiornati e sempre disponibili.  
Così posso dedicarmi  
di più ai miei clienti.



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



**Promo.Ter** Unione  
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO  
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI  
E DELLE PROFESSIONI

**Promo.Ter è il tuo servizio di amministrazione del personale.** Si occupa dell'amministrazione del personale, della gestione delle buste paga, garantendo professionalità, specializzazione e assistenza. Con Promo.Ter avrai una squadra di specialisti sempre aggiornati, a tua disposizione, per aiutarti e risolvere tutti i problemi senza farti perdere tempo.

**I servizi di Promo.Ter:** ► la completa gestione e amministrazione dei collaboratori, subordinati, soci e amministratori; ► la predisposizione e l'elaborazione dei dati delle retribuzioni, dei compensi e dei relativi oneri sociali; ► l'assistenza nei rapporti con INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate, IRL, Centri per l'Impiego; ► l'assistenza e la consulenza nella gestione dei rapporti di lavoro, delle assunzioni e/o licenziamenti da parte della Direzione Sindacale di Unione Confcommercio Milano.

**PROMO.TER SERVIZIO DI AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE:**

telefoni: 02.7750.252 - 02.7750.767

Corso Venezia, 47 a Milano e presso le sedi delle Associazioni Territoriali.

Orari Sede: dal lunedì al giovedì dalle 8,30 alle 15,00 orario continuato

venerdì dalle 8,30 alle 14,00 orario continuato

**Per informazioni e preventivi gratuiti: [libri.paga@unione.milano.it](mailto:libri.paga@unione.milano.it)**



## Più basse le tariffe dei premi Inail

ridotti di quasi un terzo. Per la determinazione dei tassi medi nazionali sono stati presi in considerazione i dati relativi all'andamento nel triennio 2013-2015 e le retribuzioni soggette a contribuzione di competenza nello stesso periodo. Il risultato è la diminuzione del 32,72% dei tassi medi per le aziende - dal 26,53 per mille del 2000 al 17,85 per mille - mentre il calo complessivo dell'onere finanziario per l'assicurazione che grava ogni anno sulle imprese in generale raggiunge l'importo di circa 1,7 miliardi di euro. I singoli tassi di premio non superano mai quelli previsti dalla Tariffa 2000, mentre in alcuni casi risultano inferiori anche di oltre il 50% rispetto a quest'ultima. I nuovi tassi, inoltre, anche per

le lavorazioni più rischiose sono stati mantenuti entro il 110 per mille, rispetto al 130 per mille della Tariffa 2000.

E' stata inoltre confermata la riduzione del premio per gli interventi di prevenzione, volti al miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza in ambito aziendale; come confermato risulta anche l'impegno per il sostegno dei progetti di investimento e formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro previsti dal decreto legislativo 81/2008, in linea con le risorse mediamente erogate nell'ultimo quinquennio.

**E'** stato firmato il decreto interministeriale Lavoro-Mef che abbassa in media del 32% le tariffe Inail. La revisione delle tariffe dei premi, in vigore dal primo gennaio come stabilito dalla legge di bilancio 2019, ha riguardato in particolare l'aggiornamento del nomenclatore, il ricalcolo dei tassi medi e il meccanismo di oscillazione del tasso per andamento infortunistico. Tra le novità l'inserimento di attività che si sono sviluppate negli ultimi anni. Le voci tariffarie sono intanto passate da 739 a meno di 595. I tassi medi per le imprese vengono

*Tra Società Umanitaria, associazioni e sindacati. Tra i firmatari Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza*

## Protocollo d'intesa per realizzare un Forum annuale sul mercato del lavoro per Milano e Area metropolitana

**A** Milano, alla Società Umanitaria è stato siglato a metà febbraio un protocollo d'intesa tra la storica fondazione milanese, attiva nel campo del lavoro e del sociale da più di un secolo, insieme a Comune di Milano, Città Metropolitana di Milano, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Assolombarda, Unione Artigiani, Cgil Milano, Cisl Milano Metropoli e Uil Milano e Lombardia. Il protocollo prevede la realizzazione in via sperimentale di un Forum annuale, promosso da Società Umanitaria, allo scopo di condividere le risultanze degli Osservatori già prodotti, relativamente all'area metropolitana di Milano, dalle istituzioni e associazioni sottoscrittrici. La socializzazione dei risultati, commentati oltre che dai promotori anche da studiosi di materie economiche e sociali individuati congiuntamente,



*La Società Umanitaria con i suoi chiostr*

te, rappresenterà un'occasione di confronto tra soggetti diversi che sinora non ha trovato ambiti di realizzazione e potrà essere propedeutica all'individuazione di ulteriori aspetti specifici e di comune interesse da indagare.

L'idea di creare un forum annuale sul mercato del lavoro è nata nell'ambito delle celebrazioni del 125° anniversario della Società Umanitaria, durante la tavola rotonda su "Lavoro e disoccupazione a Milano e nella Città Metropolitana", nel corso della quale Società Umanitaria ha avanzato la disponibilità a promuovere interventi per "leggere" meglio i diversi osservatori sul mercato del lavoro esistenti nel nostro territorio.



*In Confcommercio Milano con FTO, la Federazione del Turismo Organizzato, presentazione dei project work creati dagli studenti del Master in Tourism Strategy & Management dell'Università Bicocca. Risalto con un servizio del Corriere della Sera*

*Presentazione al Corriere della Sera dei project work realizzati dagli studenti del Master in Tourism Strategy & Management (MTSM) dell'Università Bicocca (foto di Anna Luccisano)*



## Pacchetti turistici nel segno di Leonardo da Vinci

Presentati in Confcommercio Milano con FTO, la Federazione del Turismo Organizzato, i pacchetti turistici elaborati dagli studenti del Master in Tourism Strategy & Management (MTSM) dell'Università Bicocca



Milano

LEONARDO À LA CARTE



PACCHETTO VINO  
PACCHETTO ARTE  
PACCHETTO ACQUA  
PACCHETTO VITA DI CORTE

UDP
USP

in occasione di "Leonardo 500", l'evento che celebra i 500 anni della morte di Leonardo da Vinci con un ricco palinsesto di iniziative ed eventi in



to studiato in aula. Metodo, creatività realizzabile e tanto lavoro sono gli ingredienti delle proposte che i due gruppi hanno potuto presentare in Confcommercio Milano, alla presenza di operatori del settore e del Comune. L'interesse raccolto e le prime proposte di realizzazione dei progetti hanno dimostrato il livello di preparazione raggiunto". Gabriele Milani, direttore di FTO: "La stretta collaborazione con gli attori del turismo - esperti, aziende, pubbliche amministrazioni - sono il valore aggiunto imprescindibile nel nostro master. Questo valore è ancora più evidente se pren-

programma da maggio. Gli studenti di MTSM hanno illustrato due project work - "Leonardo à la carte" e "MiLeo" - per incentivare il turismo milanese attraverso la figura di Leonardo da Vinci ripercorrendo e riscoprendo le tracce disseminate da Leonardo nel territorio. Il Corriere della Sera, con un ampio servizio e un successivo editoriale, ha messo in risalto l'impegno dei giovani studenti. Per Laura Gavinelli, coordinatrice del project work e docente di destination management e marketing del turismo "Lavorare in presa diretta con la destinazione da valorizzare, in questo caso Milano, è il modo migliore per i nostri studenti di applicare quan-



diamo in considerazione l'alta qualità dei progetti presentati". I project work degli studenti di MTSM valorizzano la collaborazione con il sistema associativo del turismo e dell'accoglienza rappresentato dalla Confcommercio milanese e sono un banco di prova per Milano Food City a maggio.



Con Centripresa ho l'opportunità di avere una **gestione della contabilità** su misura e specializzata nella mia categoria! Ma soprattutto dei professionisti che mi danno consulenza, risposte e supporto.



**Unione**  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA



**Centripresa** è al tuo fianco per risolvere tutte le incombenze che riguardano i servizi contabili e fiscali e tutte le attività ad essi correlate.

**Centripresa è un "CAF imprese"** che ti offre una gestione della contabilità e delle dichiarazioni su misura, con personale qualificato e costantemente aggiornato sulle tematiche contabili e fiscali relative alle attività delle aziende di ogni categoria di commercio, servizi, turismo e professioni. Una grande opportunità riservata solo ai soci di Confcommercio.

**Altri servizi offerti:** ▶ Apertura partita IVA e dichiarazioni di inizio, variazione e cessazione attività ▶ Comunicazione periodica IVA ▶ Versamenti e dichiarazione IMU/TASI ▶ Compensi a terzi e modello 770 ▶ Modello Intrastat ▶ Modello Black list ▶ Spesometro ▶ Assistenza per il contraddittorio con gli uffici ▶ Servizio ai sostituti di imposta per la predisposizione del modello 730 ▶ Servizio di archiviazione ottica sostitutiva ▶ Gestione PEC ▶ Trasmissione e conservazione sostitutiva Fatture elettroniche

#### **CENTRIMPRESA**

Corso Venezia, 47 a Milano e presso le sedi delle Associazioni Territoriali.

NUMERO DI TELEFONO UNICO: 02.7750.616

Orari dal lunedì al giovedì dalle 8,30 alle 17,30 e venerdì dalle 8,30 alle 16,30

**Per informazioni e preventivi gratuiti [info@centripresa.it](mailto:info@centripresa.it)**



## Assofranchising Tour il 26 marzo

*Presentazione di vari brand franchisor - 101Caffè, La Caveja, Mail Boxes Etc., Burger Wave, Selfie Box - a disposizione per colloqui individuali di approfondimento*

Il 26 marzo in Confcommercio Milano primo appuntamento 2019 dell'Assofranchising Tour (i successivi saranno



**Italo Bussoli, presidente di Assofranchising**

per colloqui individuali di approfondimento.

no a Roma il 5 giugno e a Napoli in autunno). "Franchising: insieme per una grande impresa" è il focus dell'iniziativa in programma il 26/3 nella sede della Confcommercio milanese (corso Venezia 47, sala Colucci, dalle ore 14). All'Assofranchising Tour sono previsti gli interventi di Marco Barbieri (segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza), del presidente di Assofranchising Italo Bussoli, del segretario generale dell'Associazione Augusto Bandera; di Michele Budelli (ceo Fandango Club) e Raffaele Còndina (senior partner Condina & Associati) su "Franchising leva di sviluppo per franchisor e franchisee: caratteristiche imprescindibili della formula e vantaggi specifici".

Nella seconda parte del pomeriggio (dalle 16) presentazione dei vari brand franchisor – 101Caffè, La Caveja, Mail Boxes Etc., Burger Wave, Selfie Box – e domande dal pubblico. Franchisor e partner franchising (dalle 17 alle 18) sono a disposizione

## IN CONFCOMMERCIO MILANO

### "Stati generali della mobilità" il 29 marzo

*Con Federmotorizzazione e Assomobilità*

Con Federmotorizzazione e Assomobilità "Stati generali della mobilità" venerdì 29 marzo in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Orlando, dalle ore 10 – registrazione dalle 9.30). All'appuntamento, che coinvolge l'intera filiera, intervengono, con il presidente di Federmotorizzazione e Assomobilità Simonpaolo Buongiardino: Pierluigi Ascani (presidente Format Research); Gian Luca Pellegrini (direttore Quattroruote); Franco Fenoglio (presidente Unrae veicoli industriali); Gianmarco Giorda (direttore Anfia); Antonio Cernicchiaro (vice direttore generale Unrae); Pier Francesco Caliarì (direttore generale Confindustria – Ancma); Claudio Spinaci (presidente Unione Petrolifera); Gabriele Allievi (ad Bosch Italia); Alessio Torelli (responsabile Enel X Italia); Sergio



**Intervento del presidente di Federmotorizzazione e Assomobilità Simonpaolo Buongiardino in occasione della prima edizione degli Stati generali della mobilità**

Savaresi (professore del Politecnico di Milano). Modera i lavori il giornalista Pierluigi Bonora, promotore di #FORUMAutoMotive. Partner dell'evento Mimoto e Wash Out.



## Potere d'acquisto, prezzi e consumi

### Le incognite per il nostro Paese

Il tasso di inflazione generalizzata, nel primo bimestre del 2019, sta aumentando oltre il previsto. Gli effetti di questa risalita vanno ad incidere, per ora, in misura limitata sul potere di acquisto delle famiglie che, però, negli ultimi due lustri si è già ridimensionato di quasi un quarto.

La riduzione si è cumulata per una serie di fattori concomitanti:

l'aumento dei prezzi, soprattutto dei servizi, il carico della pressione fiscale e l'allargamento di quella contributiva a tutte le fasce sociali ai quali si è associato un limitato aumento dei salari che, per gli statali, è stato rappresentato dal blocco del tasso d'inflazione e, per i lavoratori delle attività private, dal calo della domanda, dall'eccesso di cassa integrazione e dall'incertezza della stabilità occupazionale. Il combinato disposto delle componenti citate ha inciso stabilmente sui consumi interni limitando la crescita del nostro Pil. Diversa e decisamente molto migliore è stata, invece, la situazione negli altri paesi continentali a forte incidenza industriale. In Germania il tasso di crescita del potere di acquisto è stato totalmente inversamente proporzionale al nostro, così come in Francia lo è stato per oltre i due terzi. Queste differenze sostanziali sono state dovute alla differenza dei tassi di crescita dei rispettivi Pil: con il loro mediamente superiore al doppio del nostro per la Germania e ai 2/3 per la Francia.

Si sono, quindi, create disparità di benessere che hanno pesato e pesano sull'intero sistema socio-economico del nostro Paese.

Un'ulteriore tendenza alla risalita dei prezzi al consumo di beni primari, energia e servizi innescherebbe un allargamento



**Bruno Villois**



delle differenze con il resto d'Europa. A limitarne l'effetto non potrebbe che essere una politica fiscale accomodante, della quale per ora ci

sono tracce solo negli annunci. La crescita è in fase di allontanamento, visto che da due trimestri siamo in recessione tecnica.

Il Governo dovrebbe tenere in maggior evidenza queste variabili vincolate alla politica fiscale e a quella industriale e commerciale, dipendente dall'assenza di una concreta azione di indirizzo e sostegno, basata su una



vision di lungo corso indirizzata alle scelte e al loro mantenimento, anche in caso di cambi governativi.

Un ulteriore calo del potere di acquisto scatenerrebbe quello dei consumi, con effetti disastrosi sugli esercizi di piccole dimensioni che restano maggioranza assoluta e perno vitale di ogni tipo di tessuto urbano.

**Bruno Villois**

*direttore Dipartimento alta formazione Confindustria*



**PUOI CONTARE  
SU DI ME.  
TUTTA LA VITA.**

**ENTE MUTUO.  
LA TUA SCELTA MIGLIORE,  
PER TUTTA LA TUA FAMIGLIA.**

Gli Associati Unione Confcommercio Imprese per l'Italia - Milano, Lodi, Monza e Brianza possono contare su un servizio di assistenza sanitaria dedicato, per tutta la famiglia, a condizioni vantaggiose:

- Visite specialistiche
- Esami diagnostici
- Odontoiatria
- Terapia fisica
- Ricoveri in forma diretta e indiretta
- Rimborso ticket e altri contributi
- Assistenza 24 ore su 24

marketing@entemutuomilano.it • www.entemutuo.com • Numero di telefono unico: 02.7750.950



# SCEGLI LA TUA FORMA DI ASSISTENZA

Da oltre 60 anni ci prendiamo cura dell'assistenza sanitaria degli iscritti Confcommercio in Lombardia. Dalle visite specialistiche agli esami diagnostici, odontoiatria, terapia fisica, ricoveri, rimborsi fino a un'assistenza sanitaria 24 ore su 24. Avvalendoci sempre di strutture altamente specializzate per non farti perdere tempo proprio quando il tempo è più prezioso.



Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi. Integrativa del servizio pubblico e sostitutiva per ottenere in tempi brevi le prestazioni sanitarie di assistenza specialistica ambulatoriale inclusa l'odontoiatria.



Assistenza ospedaliera. Scelta da chi desidera una valida assistenza ospedaliera anche presso strutture sanitarie private.



Assistenza specialistica ambulatoriale. Assistenza ospedaliera ed altri contributi. Soddisfa chi vuole ottenere una protezione più ampia, comprensiva delle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale e assistenza ospedaliera.



Assistenza specialistica ambulatoriale. Assistenza ospedaliera ed altri contributi. È rivolta a chi, oltre ad una protezione comprensiva delle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale ed odontoiatrica, desidera un'assistenza ospedaliera diretta ed indiretta economicamente più vantaggiosa.



Formula semplice e veloce per accedere alle strutture convenzionate con agevolazioni per assistenza ambulatoriale

## I nostri numeri

- 5 diverse formule di copertura
- 680 medici e strutture sanitarie convenzionate
- 25.000 iscritti
- 250.000 prestazioni erogate ogni anno

## I nostri servizi

- Visite specialistiche
- Esami diagnostici
- Odontoiatria
- Terapia fisica
- Ricoveri in forma diretta e indiretta
- Rimborso ticket e altri contributi
- Assistenza 24 ore su 24

**Possibilità di pagamenti rateali grazie a ProFamily**

## I nostri punti di forza

- Fedele - assiste i Soci per tutta la vita
- Economico rispetto alla maggior parte delle assicurazioni sanitarie
- Esclusivo - riservato ai soci Confcommercio Lombardia
- Veloce - meno tempi d'attesa per visite, ricoveri o esami
- Detraibile fiscalmente

## Le sedi

**Milano** - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno  
**Orario sportello:** da lunedì a giovedì 8.30 - 16.30  
venerdì 8.30 - 15.30

**Numero di telefono unico: 02.7750.950**

**Como** - Via Ballarini, 12  
**Orario sportello:** da lunedì a venerdì  
9.00 - 12.30 / 14.00 - 17.00

**Numero di telefono: 031.2441**

**Lecco** - Piazza Garibaldi 4  
**Orario sportello:** da lunedì a giovedì 8.30-12.30 / 14.00-18.00  
venerdì 8.30-12.30 / 14.00-16.30

**Numero di telefono: 0341.356911**

### 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 8.45 - 13.15 / 13.45 - 16.30  
venerdì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 15.30

## Uffici provinciali presso le Associazioni Territoriali di Unione Confcommercio Imprese per l'Italia - Milano, Lodi, Monza e Brianza

<b>Abbiategrosso</b> - Via Annoni 14	tel. 02 94967383
<b>Binasco</b> - S.S. dei Givi 8	tel. 02 9055219
<b>Bollate</b> - Via degli Alpini 4	tel. 02 3502814
<b>Bresso</b> - Via Patellani 58/60	tel. 02 66501379
<b>Cassano d'Adda</b> - Via Verdi 5	tel. 0363 61503
<b>Castano Primo</b> - C.so San Rocco 1	tel. 0331 880691
<b>Cernusco S/N</b> - Piazza Repubblica 14	tel. 02 9230715
<b>Cinisello Balsamo</b> - Via Frova 34	tel. 02 66049259
<b>Corsico</b> - Via della Liberazione 26/28	tel. 02 4479582
<b>Desio</b> - Via Diaz 8	tel. 0362 624541
<b>Gorgonzola</b> - Piazza S. Francesco 2	tel. 02 9513320
<b>Legnano</b> - Via XX Settembre 12	tel. 0331 440335
<b>Lissone</b> - Via Madonna 13	tel. 039 482045
<b>Magenta</b> - Via Volta 62	tel. 02 97298074
<b>Melegnano</b> - Via Pertini 18/24	tel. 02 9830768

<b>Melzo</b> - Via Turati 6	tel. 02 9550084
<b>Monza</b> - Via De Amicis 9	tel. 039 360771
<b>Paderno Dugnano</b> - Via Fanti d'Italia 37	tel. 02 9181247
<b>Rho</b> - Via XXV Aprile 6	tel. 02 9303480
<b>Rozzano</b> - Via Mimose 63	tel. 02 8257653
<b>Segrate, Fraz. Rovagnasco</b> - Via Monzese 20	tel. 02 2134518
<b>Seregno</b> - Via Don Minzoni 2	tel. 0362 231234
<b>Sesto S. Giovanni</b> - Viale Marelli 5	tel. 02 2621679
<b>Seveso</b> - Corso Marconi 35	tel. 0362 506724
<b>Vaprio d'Adda</b> - Via Vanvitelli 32	tel. 02 90966402
<b>Vimercate</b> - Largo Pontida 3/9	tel. 039 6850839

### Unione Confcommercio Lodi

**Lodi** - Via Haussmann 1/B tel. 0371 432106

Per un preventivo gratuito [www.entemutuo.com](http://www.entemutuo.com)

CONFRONTARSI  
CON  
CONFCOMMERCIO

MiRT LAB  
MILANO  
RETAIL  
TOUR

UN PROGETTO PER SCOPRIRE  
LE TUE POTENZIALITÀ.

*L'iniziativa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza  
con la collaborazione dell'agenzia Creattiva*

## Esperienze commerciali innovative viste da vicino per ispirare nuovi progetti

### Il 3 aprile nuovo appuntamento di MiRT LAB – Milano Retail Tour

Un'opportunità per le attività commerciali (negozi, pubblici esercizi) che cercano un supporto strategico per compiere cambiamenti concreti ed efficaci a recuperare quote di mercato o a riposizionarsi. E' il MiRT LAB – Milano Retail Tour che Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza – con la collaborazione dell'agenzia Creattiva – propone nel piano di sviluppo associativo di quest'anno.

MiRT LAB è una giornata divisa in due parti: al mattino una visita guidata in 3-4 esercizi commerciali milanesi selezionati per le loro caratteristiche di innovazione, originalità e successo. Nel pomeriggio, in Confcommercio Milano (corso Venezia 47) l'approfondimento sulle visite compiute durante la mattinata: dalle tecniche di layout dei punti vendita, all'allestimento delle vetrine, e all'utilizzo del web. Con la proposta di una check list individuale sul posizionamento di ciascun partecipante a MiRT LAB per un confronto sulle strategie commerciali. A distanza di pochi giorni verrà poi inviato all'imprenditrice/imprenditore un progetto personalizzato con la proposta di un percorso d'innovazione della propria attività.

Il prossimo appuntamento con MiRT LAB – Milano Retail Tour è mercoledì 3 aprile (costi ridotti di partecipazione a MiRT LAB riservati per gli associati a Confcommercio)

**Iscriverti su [www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**

**informa**  
**Unione**

Mensile di informazione  
di CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA  
[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)

DIRETTORE RESPONSABILE  
Marco Barbieri

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.

# Area B

## Divieti di accesso e circolazione AUTOVEICOLI TRASPORTO COSE



25 Febbraio  
**2019**

Benzina Euro 0  
Diesel Euro 0-1-2-3 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III pesanti (N2-N3) senza FAP  
Diesel Euro 3 leggeri (N1) con FAP di serie e campo V.5 > 0,025 g/km o senza valore  
Diesel Euro III pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 > 0,02 g/kWh o senza valore  
Diesel Euro 0-1-2-3 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III pesanti (N2-N3) con FAP after-market e classe massa particolato < Euro 4-IV  
A doppia alimentazione Gasolio/GPL e Gasolio /Metano Euro 0 -1 - 2 -I-II

01 Ottobre  
**2020**

Benzina Euro 1  
Diesel Euro 4 leggeri (N1) e Euro IV pesanti (N2-N3) senza FAP  
Diesel Euro 3-4 leggeri (N1) con FAP di serie e campo V.5 > 0,0045 g/km  
Diesel Euro III-IV pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 > 0,01 g/kWh  
Diesel Euro 4 leggeri (N1) e Euro IV pesanti (N2-N3) con FAP di serie e V.5 senza valore  
Diesel Euro 0-1-2-3-4 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III-IV pesanti (N2-N3) con FAP after-market installato dopo 30.04.2019 e classe massa particolato pari almeno a Euro 4-IV

01 Ottobre  
**2024**

Benzina Euro 2  
Diesel Euro 3-4 leggeri (N1) con FAP di serie e campo V.5 ≤ 0,0045 g/km  
Diesel Euro III-IV pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 ≤ 0,01 g/kWh  
Diesel Euro 0-1-2-3-4 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III-IV pesanti (N2-N3) con FAP after-market installato entro 30.04.2019 e classe massa particolato pari almeno a Euro 4-IV  
Diesel Euro 5 leggeri (N1)  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) senza FAP  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 > 0,01 g/kWh o senza valore  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP after-market e classe massa particolato < Euro VI

01 Ottobre  
**2025**

Benzina Euro 3  
Diesel Euro 6 A-B-C leggeri (N1) acquistati dopo 31.12.2018

01 Ottobre  
**2028**

Benzina Euro 4  
Diesel Euro 6 A-B-C leggeri (N1) acquistati entro 31.12.2018

01 Ottobre  
**2030**

Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 ≤ 0,01 g/kWh  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP after-market e classe massa particolato pari almeno a Euro VI  
Diesel Euro 6 D\_TEMP-D leggeri (N1)  
Diesel Euro VI pesanti (N2-N3)\*  
Trasporto specifico/uso speciale Diesel Euro 0-1-2-3-4-5-6 e Euro 0-I-II-III-IV-V-VI con FAP o che certifichino l'impossibilità di installazione di un FAP

\*i veicoli trasporti speciali/uso specifico di classe Euro 6-VI e i veicoli pesanti (N2-N3-M2-M3) di classe Euro VI sono derogati dalle limitazioni almeno fino al 17° anno dalla data di prima immatricolazione

# Area C



## Divieti di accesso e circolazione AUTOVEICOLI TRASPORTO COSE

**DIVIETI VIGENTI:** Benzina Euro 0 - Diesel Euro 0-1-2-3-4-I-II-III-IV senza FAP

25 Febbraio  
2019

Diesel Euro 0-1-2-3 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III pesanti (N2-N3) con FAP after-market e classe massa particolato < Euro 4-IV  
Diesel Euro 3 leggeri (N1) con FAP di serie e campo V.5 > 0,025 g/km o senza valore  
Diesel Euro III pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 > 0,02 g/kWh o senza valore  
A doppia alimentazione Gasolio/GPL e Gasolio/Metano Euro 0-1-2 e Euro 0-I-II

01 Ottobre  
2019

Benzina Euro 1  
Diesel Euro 3-4 leggeri (N1) con FAP di serie e campo V.5 > 0,0045 g/km  
Diesel Euro III-IV pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 > 0,01 g/kWh  
Diesel Euro 4 leggeri (N1) e Euro IV pesanti (N2-N3) con FAP di serie e V.5 senza valore  
Diesel Euro 0-1-2-3-4 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III-IV pesanti (N2-N3) con FAP after-market installato dopo 30.04.2019 e classe massa particolato pari almeno a Euro 4-IV

01 Ottobre  
2023

Benzina Euro 2  
Diesel Euro 5 leggeri (N1)  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) senza FAP  
Diesel Euro 3-4 leggeri (N1) con FAP di serie e campo V.5 <= 0,0045 g/km  
Diesel Euro III-IV pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 <= 0,01 g/kWh  
Diesel Euro 0-1-2-3-4 leggeri (N1) e Euro 0-I-II-III-IV pesanti (N2-N3) con FAP after-market installato entro 30.04.2019 e classe massa particolato pari almeno a Euro 4-IV  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 > 0,01 g/kWh o senza valore  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP after-market e classe massa particolato < Euro VI

01 Ottobre  
2025

Benzina Euro 3  
Diesel Euro 6 A-B-C leggeri (N1) acquistati dopo 31.12.2018

01 Ottobre  
2028

Benzina Euro 4  
Diesel Euro 6 A-B-C leggeri (N1) acquistati prima del 31.12.2018

01 Ottobre  
2029

Diesel trasporti specifici/uso speciale qualsiasi classe Euro con FAP o che ne certifichino l'impossibilità di installazione

01 Ottobre  
2030

Benzina Euro 5  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP di serie e campo V.5 <= 0,01 g/kWh  
Diesel Euro V pesanti (N2-N3) con FAP after-market e classe massa particolato pari Euro VI  
Diesel Euro 6 D\_TEMP-D leggeri (N1)  
Diesel Euro VI pesanti (N2-N3)\*

\*i veicoli trasporti speciali/uso specifico di classe Euro 6-VI e i veicoli pesanti (N2-N3-M2-M3) di classe Euro VI sono derogati dalle limitazioni almeno fino al 17° anno dalla data di prima immatricolazione



*Un luogo dove poter fare un vero american brunch o dove potersi godere un momento di relax in qualunque orario della giornata. Realtà già esistente all'estero, ma ancora poco diffusa in Italia. Design "plastic free"*

## Ristorazione a Milano In corso XXII Marzo l'arrivo di Avo Brothers

Una novità nella ristorazione a Milano in corso XXII Marzo 25: Avo Brothers ([www.avobrothers.com](http://www.avobrothers.com), tel. 0249592594). Avo Brothers nasce grazie alle sinergie di Ezra Matteo Bozotti (appassionato del mondo dei locali, fondatore del TOM The Ordinary Market di Milano e socio maggioritario di Avo Brothers); di Charles Anthony Philip Pozzi (anche direttore creativo di Poke House, Milano); di Francesco Saverio Buscaini (consulente specializzato nella pianificazione e redazione di business plan); di Carlo Ziller (pr conosciuto in ambito bar, ristorazione e discoteca, attualmente responsabile della gestione pr della discoteca

Armani Privé di Milano, Billionaire in Sardegna e socio del ristorante Penelope a Casa, Milano) e del tocco di design di Dario Alessi (socio e collaboratore dello studio di architettura milanese "Naos Design"). Sono cinque amici e amanti dell'avocado che si accorgono dell'esigenza di colmare, a Milano, la mancanza di un luogo dove poter fare un vero american brunch o dove potersi godere un momento di relax in qualunque orario della giornata. Realtà già esistente all'estero, ma ancora poco diffusa in Italia.

Avo Brothers è un locale moderno, elegante, accogliente. Il

richiamo al protagonista principale, l'avocado, è immediato anche attraverso il design curato in tutti i dettagli grazie all'expertise di Dario Alessi che ha dato anche particolare

attenzione alla ricerca di fornitori per permettere ad Avo Brothers di essere completamente "plastic free".



Importante anche il coinvolgimento di due artisti: Magdalena Paz, di origine cilena, vive a Berlino e si è occupata dei dipinti che si trovano alle pareti di Avo Brothers, dove l'avocado viene rappresentato in divertenti dipinti come

"Guac Gang" o "Avogue" (che riflettono la forte influenza del mondo della moda su Milano) e Giampiero Romano, fondatore di "Antichità 3000" e collaboratore di Toilet Paper, di Maurizio Cattelan e di Seletti. Romano si è occupato di dare una vita alle mascotte di Avo Brothers, rappresentando la Avo Girl e Avo Guy in piccole sculture.

Anche il menu, come il resto del locale, ruota intorno all'universo dell'avocado, ma vengono proposte tantissime varianti, da quelle più light a quelle più golose.

Una contaminazione di sapori data anche dall'utilizzo di alcuni ingredienti provenienti da diverse parti del mondo. Il menu è stato creato con la consulenza di Rose Man, business woman australiana fondatrice del ristorante "Farm Girl" di Londra. Rose e Qu, l'executive chef, hanno lavorato insieme ad Ezra Bozotti e assieme allo chef di Avo Brothers, Lawrence Leban, per creare la sinergia di un "all day

menu", dalla colazione al brunch, dal mattino fino alla sera. Dal jazz alle note più groovy anche la musica ha un ruolo importante in Avo Brothers e si identifica in tre momenti diversi della giornata: mattino, "peak times" e metà pomeriggio.



# Nuove opportunità con le convenzioni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



## EIW

EIW propone due servizi in convenzione che risolvono i principali problemi di gestione e presenza nel web.

**Specialisti a noleggio:** specialisti in ogni settore del web a tua disposizione attraverso ticket da attivare in poche ore quando lo desideri.

**Soluzioni pronte per le principali necessità del web:** sito o social, pubblicitaria o di contenuto, già organizzate e pronte per una personalizzazione.

Per i soci di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza sconto del 25% sul preventivo personalizzato.

## Co-Guard

Vuoi controllare i prezzi dei tuoi e-commerce competitor o dei rivenditori? Scopri Co-Guard: un innovativo sistema di monitoraggio dei prezzi online.

La soluzione per e-commerce trova e monitora i tuoi concorrenti online, ti aggiorna su ogni singola variazione di prezzo.

I soci di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza potranno beneficiare della demo gratuita per 15 giorni oltre allo sconto del 10% su tutti i prezzi di listino.



## Erashop

Erashop è una piattaforma e-commerce che ti permette di attivare il tuo negozio online: i tuoi clienti potranno comprare gli articoli e passare in negozio a ritirarli o aspettarli comodamente a casa. Molteplici i vantaggi e le opportunità.

Scopri la soluzione più adatta alla tua attività: in convenzione esclusiva con uno sconto sul costo di attivazione del 20%.

## FAI (Fondo Ambiente Italiano)

Acquista la tessera Fai in convenzione per i soci Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e i loro dipendenti: iscrizione ordinaria singola, coppia e famiglia con uno sconto di 10 euro.



*Tutte le informazioni su [www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)*

**Approfondimenti e contatti: tel. 027750372 - [convenzioni.impresa@unione.milano.it](mailto:convenzioni.impresa@unione.milano.it)**



**I segretari Beatrice Zanolini (FIMAA Milano Monza & Brianza) e Massimo Loiacono (Federlingue) firmano il protocollo**

## Milano sempre più internazionale: agenti immobiliari con traduttori qualificati per le trattative

*Protocollo pilota tra FIMAA Milano Monza & Brianza e Federlingue*

**D**a una recente indagine della Camera di Commercio risultano essere 251 le multinazionali nell'area milanese nel settore immobiliare ed edilizio. Arrivano soprattutto dal Nord Europa e dall'Inghilterra. Fuori Europa ce ne sono 3 dagli Stati Uniti, 2 dal Qatar e una dal Libano. Il business vale 3 miliardi all'anno. Cinque tra queste hanno un fatturato nel Paese di oltre 100 milioni. L'attrattiva di Milano e del territorio circostante nel settore immobiliare e delle costruzioni è un importante indicatore dell'interesse estero sulla nostra economia e si manifesta nella crescita di nuovi quartieri, nello sviluppo del territorio, della sua offerta immobiliare.

Un'altra indagine svolta dal portale immobiliare.it ha fatto emergere un aumento del 70% delle transazioni immobiliari a Milano da parte di inglesi



**Vincenzo Albanese, presidente FIMAA Milano Monza & Brianza**



**Elena Cordani, presidente Federlingue**

che, effetto Brexit, hanno deciso di investire qui in immobili abitativi sia in locazione sia in acquisto nel 2018, incidendo per il 3,5% circa sul totale delle operazioni concluse nella nostra città.

Lo sviluppo esponenziale che ha avuto l'attrattiva di Milano in termini turistici ha moltiplicato l'utenza straniera e vi è un concreto interesse, anche da parte di piccoli investitori, a mettere a reddito immobili di taglio medio e piccolo per locazioni brevi.

Inoltre l'auspicabile candidatura alle Olimpiadi invernali 2026 - qualora andasse in porto - con 3 milioni di turisti dei quali circa il 30% almeno si presume sia straniero, rappresenterebbe un impatto davvero importante sul nostro territorio.

Lo studentato universitario sempre più multietnico, gli eventi di portata internazionale come moda, design, food, ecc, ricorrenze come Leonardo 500 e molto ancora sono tutti fattori che portano l'incoming di utenze multilingue alle quali anche il mercato immobiliare deve adeguarsi.

Da qui la necessità di fornire agli agenti immobiliari i migliori strumenti per affrontare le trattative. Ecco perché FIMAA Milano Monza &

Brianza ha sottoscritto un protocollo "pilota" con Federlingue per far affiancare - a condizioni vantaggiose - i propri soci da soggetti associati alla Federazione dei traduttori e degli interpreti che possano certificare le traduzioni e permettere la comprensione delle trattative (che diventano così più trasparenti e sicure).

A seguito della traduzione dei contratti di incarico e di proposta di acquisto (unitamente agli allegati su privacy e antiriciclaggio) commissionati a imprese iscritte a Federlingue e messi a disposizione da FIMAA

Italia a tutte le agenzie immobiliari associate a livello nazionale, FIMAA Milano Monza & Brianza ha ritenuto importante mettere a disposizione delle agenzie immobiliari associate sul territorio anche soggetti qualificati da cui farsi affiancare nelle trattative. Oltre alla crescente domanda da parte di soggetti anglofoni, non si possono trascurare gli utenti di lingua cinese, araba o russa e quanti provengono da Paesi che parlano la lingua spagnola. Il protocollo voluto da FIMAA Milano Monza & Brianza permette di individuare l'interlocutore di fiducia attraverso l'elenco delle imprese associate Federlingue che hanno aderito all'iniziativa e che offrono garanzie e qualità (oltre al fatto che Federlingue propone corsi di formazione espressamente dedicati alla categoria degli agenti immobiliari a costi convenzionati e personalizzabili anche secondo la realtà richiedente).

# Immobili, prezzi e mercato

## Le valutazioni FIMAA Milano Monza & Brianza

*Rilevazioni secondo semestre 2018:  
il punto nelle conferenze promosse  
dalla Camera di Commercio*



### Milano

La casa a Milano vale 5.078 euro al mq, +0,7% in sei mesi, 1,3% in un anno. In 49 zone i prezzi oggi sono più alti rispetto a un anno fa, in 12 uguali, in 9 in calo. Crescono di più in un anno le zone in prossimità delle stazioni, come Centrale, Cadorna, Lambrate, vicino alle Università come Cattolica e Bovisa, alla Fiera, ma anche le zone dello shopping e dello svago di Buenos Aires, Porta Romana, Brera e le centrali Cairoli e Cordusio.

Sono questi alcuni dati emersi dalla "Rilevazione dei prezzi degli Immobili della Città Metropolitana di Milano" sul secondo semestre 2018, realizzata dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, attraverso una commissione di rilevazione composta dalle principali associazioni di categoria e dagli ordini professionali del settore.

"Milano è tornata a registrare a fine 2018 circa 25 mila compravendite, come avveniva negli anni pre-crisi: un fermento - ha dichiarato Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Monza & Brianza - che lascia ben sperare per questo 2019, al fine di generare, a livello locale e nazionale, un effetto volano con numeri e trend positivi, andando verso una costante stabilizzazione del mercato. Gli ultimi trimestri hanno confermato un'importante tendenza:

Milano registra - unico caso a livello italiano - la convivenza di tre differenti mercati, il primo è quello di riferimento per la città, di chi cerca casa per sostituire quella attuale o di chi, complice anche un migliore accesso al credito, sta valutando il primo acquisto. La piazza milanese è però anche sotto la lente di chi, residente in altra città italiana, guarda a un possibile investimento, da mettere a reddito o - grazie alle opportunità di studio e lavoro - per un uso futuro. Infine, ma forse rappresenta il segnale più importante, la nostra città è diventata fortemente attrattiva per un mercato internazionale, interessato a un prodotto ultraesclusivo e in una fascia top class".

### Monza e Brianza

Stabile il mercato immobiliare a Monza nel secondo semestre del 2018: i prezzi medi delle case si attestano a 2.336 €/mq nel centro e nella cintura del semicentro. Il prezzo medio degli immobili delle altre zone di Monza si attesta a 1.681 €/mq, con una variazione nulla in sei mesi. Per quanto riguarda il mercato immobiliare in Brianza, comprar casa nei grandi comuni con una popolazione superiore ai 15mila abitanti costa in media 1.581 €/mq se si acquista un immobile in centro, con una variazione del +0,2% in sei mesi. Spostarsi nella periferia dei comuni brianzoli più abitati, significa spendere in media 1.401 €/mq per un immobile residenziale, prezzo che cresce del +0,4% in sei mesi.

"A Monza la casa torna prepotentemente ad essere al centro della progettualità delle famiglie. Sia in Monza che in Brianza, la forte selezione della domanda ha premiato le nuove abitazioni, ma anche il mercato del recente o del vecchio, se in grado di soddisfare i requisiti del nucleo familiare. I tempi già ridotti per la conclusione delle trattative si sono ulteriormente accorciati - commenta Giulio Carpinelli, coordinatore rilevatori Monza e



### Lodi

Stabili a Lodi nel secondo semestre 2018, rispetto ad inizio anno, i prezzi delle case: in media si pagano 2.230 euro al mq. per l'acquisto del nuovo. Prezzi al top nel centro storico con media a 2.850 euro al mq. Cresce il semicentro e si avvicina al prezzo del centro, con 2.575 euro al mq, + 1% in due anni, ma stabile nel corso del 2018.

Stabili anche le quotazioni sul fronte della locazione, dove si arriva a punte massime di 600 euro al mese in centro, per una media complessiva della città intorno ai 450 euro al mese per monolocali e bilocali.

"Da una panoramica generale sul mercato immobiliare lodigiano - precisa Flavio Bassanini, vicepresidente FIMAA Milano Monza & Brianza - si constata una sostanziale staticità dei prezzi e un leggero aumento del numero di contrattazioni, specialmente sul 'residenziale nuovo' (immobili consegnati o in pronta consegna), rispetto al semestre precedente. Le compravendite si mostrano piuttosto deboli sul versante extra-residenziale, dall'industriale al commerciale. Nel Comune di Lodi, a differenza dei box che hanno subito un generale abbassamento dei prezzi soprattutto sul valore medio minimo, alcuni valori nella compravendita degli appartamenti vecchi e di nuova costruzione sono aumentati anche più del 5%. Nessuna variazione invece per i canoni di locazione degli immobili residenziali".

Rispetto al mercato della provincia, Gregorio Cortese, consigliere FIMAA Milano Monza & Brianza, conferma che "in alcuni Comuni, come ad esempio Caselle Lurani e Valera Fratta, si sono registrati importanti aumenti di prezzo per gli immobili recenti e di nuova costruzione, in contrapposizione al decremento dei valori rilevato per gli appartamenti vecchi e da ristrutturare"



Brianza e vicepresidente FIMAA Milano Monza & Brianza - Acquistare oggi un immobile residenziale in Brianza costa mediamente il 35% in meno che nel capoluogo monzese. Bene le locazioni, con aumento significativo della domanda referenziata e di qualità, ma con canoni anch'essi stabili.

Nonostante il clima

generale di fiducia, i segnali di una ripresa significativa dei prezzi degli immobili sono ancora lungi dal poter essere registrati con certezza".

"Il mercato immobiliare di Monza città sta dando segni di rinnovata vitalità, sia per il numero di interessati che per le vendite concluse, con valori che continuano ad essere estremamente stabili - aggiunge Giuseppe Amoroso di FIMAA Milano Monza & Brianza - L'interesse degli acquirenti è focalizzato principalmente sull'acquisto di immobili da adibire a propria abitazione, anche se negli ultimi mesi è tornato l'interesse per immobili da acquistare per la successiva messa a reddito".

## Il bed & breakfast in condominio



**N**elle grandi città come Milano, ma non solo, si sta diffondendo sempre più il fenomeno delle concessioni in uso d'immobili per brevi periodi, al di fuori della normativa imperativa di cui alla legge 431/1998; ci si riferisce alle formule del cosiddetti bed and breakfast.

Altrettanto diffusamente, in parallelo, si diffonde all'interno dei condomini un certo malcontento nell'assistere al continuo avviamento di numerosi inquilini/ospiti che sembrano minare la sicurezza nell'edificio, aumentare i rumori e, dunque, ledere la tranquillità nelle parti comuni e non solo.

Una delle domande più frequenti che viene posta è, perciò, se all'interno di un condominio tale forma locatizia sia ammissibile. E come è possibile arginarla.

Sul tema è intervenuto di recente anche il Tribunale di Milano con la sentenza del 22.11.2018: il Tribunale si è pronunciato dopo aver svolto un richiamo alle pronunce più recenti della Cassazione.

La Suprema Corte di Cassazione ha anzitutto chiarito che l'attività di bed and breakfast deve ritenersi diversa da quella di affittacamere incarnando una vera e propria locazione d'immobili ad uso abitativo.

Spesso nei regolamenti di condominio è vietata la destinazione degli immobili ad affittacamere, mentre nulla si dice in merito ai cosiddetti bed and breakfast (B&B: formula di origine anglosassone, diffusasi in Italia negli ultimi anni).

In passato i giudici di legittimità si sono espressi favorevolmente alle attività ricettive di B&B in condominio anche in presenza di divieti nel regolamento, ritenendo tali attività compatibili con la destinazione d'uso abitativa.

Un orientamento, questo, seguito poi da altre sentenze di merito (vedi, ad esempio, il Tribunale di Verona del 22.04.2015) che censurava la delibera condominiale con cui

era stata proibita l'apertura di un B&B ritenendola diversa dalla destinazione abitativa.

Poi la Cassazione (Cass. n. 109 del 07.01.2016) pare aver cambiato idea: niente più affittacamere e B&B se il regolamento vieta l'attività ricettiva in senso

ampio, anche se il regolamento è datato ed altri condomini in passato hanno svolto tali attività.

La pronuncia del Tribunale di Milano del 22 novembre 2018 si spinge ancora oltre: laddove la clausola regolamentare preveda la facoltà di destinare gli immobili sia ad abitazione che ad uffici, la mancata previsione dell'attività di bed & breakfast sta ad escluderla in quanto non rientrante nella tipologia di destinazione prevista dal regolamento.

Si sta dunque verificando un'applicazione restrittiva sia da parte dei giudici di merito che di legittimità ad un fenomeno in continua espansione che ha messo in grande difficoltà anche gli amministratori di condominio, tenuti all'aggiornamento

dell'anagrafe e a far rispettare il regolamento condominiale in caso di attività potenzialmente rumorose e lesive della quiete e sicurezza condominiali. Quanto all'anagrafe, i condomini locatori hanno l'obbligo di fornire all'amministratore i dati di chi occupa le unità abitative (art. 1130 n. 6 Cod. Civ.), anche se ciò risulta complicato in caso di continuo "turn over".

Quanto alle clausole regolamentari che vietano di arrecare rumore, disturbo o pericolo (si pensi alle chiavi del portone

che girano di mano in mano) non bastano per affermare che l'attività di B&B sia potenzialmente lesiva; per far chiudere l'attività è necessaria un'effettiva e concreta messa in pericolo della sicurezza e della tranquillità all'interno del condominio.

Questi limiti non stanno di fatto ostacolando la diffusione del fenomeno che, per le caratteristiche di minore durata, maggiore elasticità nei rapporti tra le parti ed il regime fiscale agevole, rappresenta una delle forme d'investimento del mattone preferite.

# B&B



(A cura dell'avvocato Gloria Bresciani, consulente ASPPI Milano)



*Con Img Internet.  
Presentazione  
in Confcommercio Milano  
il 9 aprile*

Il programma del Digital Export Center Aice sarà illustrato in occasione dell'evento formativo che si terrà il 9 aprile in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Colucci, ore 9): intervengono Riccardo Mangiaracina (Osservatorio del Politecnico di Milano); Mario Bagliani (Consorzio Netcomm) e Andrea Boscaro (The Vortex).

## Aice: nasce il Digital Export Center



Il Digital Export Center è l'evoluzione del progetto di Academy voluto da Aice, l'Associazione italiana commercio estero, e Img Internet (società di consulenza digitale con oltre 20 anni di esperienza). Progetto che negli ultimi due anni ha coinvolto circa 200 aziende. "Per rispondere ai bisogni di trasformazione digitale delle aziende associate e di tutte quelle che orbitano attorno ad

Aice" - spiega il segretario generale dell'Associazione David Doninotti - abbiamo deciso di offrire, oltre ai percorsi formativi, seguiti in questi anni con crescente interesse sia in aula sia attraverso webinar, nuovi stimoli e occasioni di crescita per chi opera con l'estero. Per dare ulteriore valore all'iniziativa affiancheremo, perciò, alla formazione, servizi di consulenza. Esperti, abituati a supportare le aziende impegnate in percorsi di digitalizzazione, condivideranno le loro esperienze e competenze nelle varie tematiche con un taglio operativo".

*Polo di servizi e di formazione  
per far crescere  
la competenza digitale  
delle aziende che operano  
nei mercati internazionali*

Il programma attualmente consiste in

- Executive Master in Digital Export con 7 giornate in aula a partire da maggio, con l'obiettivo di rispondere alle rinnovate esigenze delle imprese coniugando il web marketing internazionale alle esigenze di internazionalizzazione delle imprese;
- quattro seminari di mezza giornata dove verranno analizzati i canali e le tecniche di digital marketing e i principali social media;
- webinar di approfondimento su due tematiche fondamentali: il Marketing Digitale e il Content Marketing.

Inoltre, corsi personalizzati e consulenza continua per sviluppare le progettualità delle aziende in ambito Digital Marketing, e-commerce e comunicazione online, o un percorso formativo personalizzato.



*Fnaarc e gli altri sindacati di categoria firmatari degli Accordi economici collettivi*



## Agenti di commercio e la difficile “quota 100” Richiesta unitaria di chiarimenti a Ministero del Lavoro ed organi competenti da parte delle rappresentanze di categoria

**D**ifficoltà per gli agenti e rappresentanti di commercio che volessero usufruire delle nuove norme sulla cosiddetta “quota 100” per l’accesso anticipato al pensionamento.

La nuova normativa, così come è stata formulata, crea concrete difficoltà agli agenti e rappresentanti di commercio che ne volessero usufruire. Con il risultato che si rischia di produrre una discriminazione a danno dei lavoratori del settore. La disciplina del decreto legge, infatti, non ha tenuto conto delle specifiche modalità di svolgimento e di cessazione

dell’attività di intermediazione commerciale previste dalle norme di legge e dagli Accordi economici collettivi che regolano il rapporto di agenzia.

Allo stato dell’arte, perciò, si riscontrano non poche contraddizioni proprio tra la nuova normativa e quanto invece sancito dal Codice Civile e dagli Accordi economici collettivi.

E’ quanto unitariamente rilevano Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio e le altre rappresentanze di categoria degli agenti di commercio firmatarie degli Accordi economici collet-

tivi (con Fnaarc, Fiarc, Filcams Cgil, Fisascat Cisl, Uiltucs Uil, Ugl, Usarci) chiedendo chiarimenti al Ministero del Lavoro e agli organi competenti sulla corretta interpretazione della normativa al fine di evitare un’ingiusta disparità a danno di un’intera categoria di lavoratori.

In particolare, nella fase di chiusura dei rapporti contrattuali con le aziende mandanti, la prevista impossibilità di cumulare la pensione “quota 100” con i redditi derivanti dall’attività (pena la sospensione dell’erogazione della pensione stessa) impedisce all’agente di commercio di poter incassare quelle provvigioni relative a ordini conclusi prima della conclusione del rapporto contrattuale e maturate a seguito del rapporto medesimo, ma pagate successivamente a rapporto ormai concluso.



**AGOSS SRL**  
MULTISERVIZI AZIENDALI

**AGOSS**  
QUALITÀ, AFFIDABILITÀ, ED ESPERIENZA NELLE PULIZIE CIVILI E INDUSTRIALI  
DA OLTRE 30 ANNI SUL MERCATO. SERVIZI PER CONDOMINI, AZIENDE, FIERE, ISTITUTI  
SCOLASTICI, ASILI NIDO, CENTRI SPORTIVI E MEDICI, RISTORANTI E MENSE.  
PERSONALE SPECIALIZZATO. UTILIZZO DI PRODOTTI E DETERGENTI ECOLABEL. PREVENTIVI  
GRATUITI. PREZZI COMPETITIVI.

PER CONTATTARCI

AGOSS srl piazza Sant’Agostino 8, Milano. [www.agoss.it](http://www.agoss.it) Tel. 0289075549 cell. 3355319179  
[agoss@fastwebnet.it](mailto:agoss@fastwebnet.it)

*Progetto 1SAFE: sicurezza “partecipata” con un’app*

## “Socio dell’Anno” Assintel

**T**ra i progetti che si sono distinti quali “Socio del Mese” (vedi *Unioneinforma* di febbraio a pagina 25 n.d.r.) nell’arco del 2018 Assintel, l’Associazione Confcommercio delle imprese Ict, ha eletto a “Socio dell’Anno” l’azienda SI2001 con il progetto 1SAFE.

1SAFE, app sviluppata da un team di esperti disponibile sugli store dal 14 dicembre 2017, nasce dall’idea di cambiare il concetto di sicurezza partecipata con l’obiettivo di permettere a tutti i cittadini di segnalare, attraverso un click, episodi di criminalità o di pericolo in città e di condividere l’accaduto con gli altri utenti nelle vicinanze.

L’app è perfettamente integrabile con le modalità di intervento delle autorità pubbliche attraverso l’utilizzo di un pannello di controllo che consente di verificare tutte le segnalazioni presenti all’interno di un determinato territorio di competenza. Ed è proprio questo uno dei suoi punti di forza.

Il Comune di Bergamo è stato il primo ad avvalersene diventando partner nella sua realizzazione e collaborando con il team di 1SAFE alla definizione delle categorie di pericolo gestite. In poco più di un anno, 1SAFE ha superato i 10.000 utenti attivi.

A Bergamo si sono già aggiunti oltre 30 Comuni e l’aeroporto, a testimonianza del valore del progetto. (CF)



**Alberto Petranzan, presidente Fnaarc**

*Il Consiglio di amministrazione della Fondazione Enasarco ha approvato il provvedimento fortemente voluto da Fnaarc*

## Acquistare un’auto nuova meno inquinante Contributo di 1.000 euro all’agente di commercio

Soddisfazione di Alberto Petranzan, presidente Fnaarc, che ha fortemente voluto quest’incentivo approvato da Enasarco: “L’acquisto del veicolo è tra i più significativi investimenti che la maggioranza degli agenti compie per svolgere

**L**’agente di commercio avrà da Enasarco, per l’anno in corso, un contributo di 1.000 euro per comprare un’auto nuova più ecologica. Accogliendo la richiesta presentata da Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio, il Consiglio di amministrazione della Fondazione Enasarco ha infatti destinato 1 milione di euro per favorire il ricambio dell’auto-veicolo, mezzo essenziale nell’attività di lavoro degli agenti e rappresentanti di commercio.

*Alberto Petranzan, presidente Fnaarc:  
“Un’opportunità importante.  
Concreto segnale di attenzione alla categoria”*

la propria attività. Un contributo di 1.000 euro per ciascun agente – è la prima volta che Enasarco dà un sostegno di questo tipo - costituisce un’opportunità importante anche per poter dare un concreto segnale di attenzione alla categoria favorendo il passaggio a veicoli meno inquinanti in linea con scelte ambientali sempre più sostenibili”. Mediamente, in un anno, gli agenti di commercio percorrono circa 50.000 km, ma c’è chi arriva anche ad 80/100.000 km.



## I 50 anni di Assomoda Incontro e strategie a Coontemporarymood

**U**n 2019 importante per Assomoda perché coincide con il 50esimo anniversario della costituzione dell'Associazione che riunisce gli operatori della distribuzione professionale della moda e dello sport. In occasione dei recentissimi giorni della Milano Fashion Week, i rappresentanti di Assomoda si sono confrontati a Coontemporarymood, manifestazione con la quale Assomoda ha definito una convenzione per agevolare la partecipazione di giovani stilisti e aziende che desiderano avere uno spazio nel teatro milanese della moda. E' stato proprio il programma degli eventi dei 50 anni a delineare il confronto che si è svolto tra i consiglieri nazionali, espressione dei territori dove è presente l'Associazione e dei segmenti di attività professionale che la caratterizzano, dagli agenti ai distributori e ai titolari di showroom internazionali. Il presidente di Assomoda, Giulio di Sabato, ha proposto di organizzare un evento, nella seconda parte dell'anno, in grado di catalizzare l'attenzione sulla figura dell'agente e sulla sua evoluzione in vero e proprio imprenditore della distribuzione. Per Di Sabato l'iniziativa dovrà essere un momento di comunicazione efficace, da costruire con la collaborazione di altre associazioni attive nell'ambito del fashion e rappresentative della filiera.

Di Sabato ricorda "che Assomoda è stata la prima Associazione del settore moda a dotarsi, nel 2003, di un Codice Deontologico, approvato e certificato dalla Camera di Commercio milanese. E' particolarmente importante che tutte le organizzazioni della filiera siano concordi nelle priorità per lo sviluppo e la tutela del made in Italy."

Altro tema di discussione è stato l'andamento del mercato. Il comparto sport è reduce da Ispo, la più importante fiera di settore recentemente svoltasi a Monaco di Baviera, che ha riunito 2800 espositori con oltre 200 aziende italiane. Per il vicepresidente di Assomoda, con delega allo sport, Maurizio Governi (e presidente di Moda & Sport Lombardia) "si è trat-



*Giulio di Sabato, presidente di Assomoda. Nelle altre foto ambienti e modelli da Coontemporarymood (manifestazione con la quale Assomoda ha definito una convenzione per agevolare la partecipazione di giovani stilisti e aziende)*

tato di un evento imperdibile per coloro che operano nel mercato dello sport che ha segnato in Italia una moderata

crescita del 2%. Il comparto footwear, +4% per 2,3 milioni, e bike, +4% per 1,8 milioni, sono stati i settori migliori, mentre l'attrezzatura sportiva e l'abbigliamento sportivo, che valgono ognuno 3 milioni di euro, hanno subito un calo dell'1%". Sguardo al futuro da parte di Massimo Billi, vicepresidente vicario di Assomoda: "in uno scenario dove gli spazi saranno condivisi da diverse entità commerciali – monomarca, outlet, temporary shop, catene, mall e probabilmente altre nuove formule - mi piace immaginare la pur lenta trasformazione dei multibrand, nostri principali interlocutori, in luoghi speciali dove l'acquisto, in antitesi con i grandi spazi, avverrà attraverso lo scambio di informazioni sempre più evolute e specialistiche": con figure professionali portatori di cultura e servizi "e sempre meno venditori di prodotti".

*Appuntamento  
in Confcommercio  
Milano.  
Etichette e legalità  
nella comunicazione  
sui social network  
e con gli influencer*

# Influencer Marketing



**U**n'occasione di confronto e analisi per conoscere un fenomeno che ormai vede un budget di marketing dedicato: quello dell'Influencer

## “E' tutta pubblicità?” Convegno Asseprim il 26 marzo

Marketing. Quanto impatta nelle strategie aziendali, quali le opportunità e le criticità che il fenomeno può generare. Non solo le campagne pubblicitarie sui social network non costituiscono più una novità per le aziende, ma negli ultimi tempi il budget di marketing dedicato agli Influencer ha addirittura una voce distinta da quella di canali tradizionali come televisione e stampa. Proprio per aiutare le aziende ad approcciare correttamente l'Influencer Marketing, Asseprim (la Federazione dei servizi professionali alle imprese) organizza un convegno in programma il 26 marzo a partire dalle ore 9 in Confcommercio Milano (corso Venezia 47). Con l'iniziativa si racconterà il fenomeno della social influence che, in questi anni, ha avuto un grande impatto su tutte le forme di pubblicità. Verranno tracciati i confini di questa pratica e si disegnerà lo scenario del mercato passando dalle definizioni utili a conoscere e inquadrare le

diverse figure professionali e i ruoli diversi che ricoprono gli attori di questo settore, ad una panoramica con numeri e prospettive che danno valore a questo mercato in continua espansione.

Le imprese potranno essere inoltre stimolate a valutare in che modo poter sfruttare le potenzialità dell'influencer marketing nei loro piani di comunicazione e a come misurare i risultati delle campagne. Approfondendo anche, tramite interventi di carattere legale, le regole esistenti per non rischiare di incappare in sanzioni.

In tal senso importante sarà la testimonianza dell'autorità garante della Concorrenza e del Mercato sulla concorrenza sleale e il confine tra pubblicità occulta e lecita a tutela dei consumatori.

Previste, infine, case history di aziende del settore: si toccheranno con mano costi e risultati della collaborazione con influencer e blogger analizzando l'impatto economico che questa tipologia di marketing sta avendo in Italia e a livello internazionale. (CP)

### ASSEPRIM E IL WORKSHOP “EARLY WARNING”: PREVENIRE E' MEGLIO CHE CURARE

Durante il workshop Asseprim tenutosi in Confcommercio Milano, si è fatta chiarezza su un tema di grande interesse ed attualità come l'Early Warning: sistemi di indicatori, di parametri, di osservazione di trend che possono far cogliere i segnali di crisi di impresa e, quindi, sono in grado di far attivare i sistemi di allarme precoce. La recente riforma del diritto fallimentare, infatti, prevede l'introduzione di sistemi in grado di cogliere i segnali anticipatori della crisi al fine di affidare tempestivamente l'impresa alle cure di esperti. Dall'altro lato la recente introduzione del principio contabile IFRS9 con la conseguente creazione della categoria di crediti Stage2, i cosiddetti “underperforming loans”, impone agli istituti di credito di dotarsi di sistemi di allerta atti a cogliere quanto prima l'avvio di un processo di deterioramento della qualità del credito.



Anche un minimo deterioramento comporta per la banca costi di accantonamento di somme a copertura dei maggiori rischi. L'iniziativa è stata organizzata, con Asseprim, da Fidicommet (il Fondo di garanzia fidi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza), in partnership con Infinance, società di formazione e consulenza specializzata in finanza aziendale e controllo di gestione.



*Al Museo della Permanente  
la seconda edizione  
della mostra  
ideata dall'Associazione*

*Presentazione di AMART 2019  
al Circolo del Commercio di Milano:  
un momento dell'intervento  
del presidente dell'Associazione  
antiquari milanesi Domenico Piva*



## Antiquari milanesi: torna AMART dall'8 al 12 maggio

**A** Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Milano, presentazione di "AMART 2019 – Antiquari Milanesi per l'Arte", seconda edizione della mostra al Museo della Permanente di Milano in programma dall'8 al 12 maggio. "AMART – spiega il presidente dell'Associazione Antiquari Milanesi Domenico Piva - è l'unica mostra italiana organizzata direttamente dagli antiquari. E' infatti l'Associazione Antiquari Milanesi che l'ha ideata per riscoprire il valore e la bellezza dell'arte antiquaria in tutte le sue espressioni. Nell'edizione 2019 ospita 66 mercanti, molti di livello internazionale. La lunga lista d'attesa di quest'anno certifica del credito che AMART si è conquistata in brevissimo tempo nel mondo del mercato dell'arte. Ma è soprattutto il lusinghiero riscontro di visitatori che dimostra come si sia riusciti a inter-

pretare il gusto del pubblico, sempre più consapevole e colto, in evoluzione verso l'eccellenza".

Le opere che verranno esposte ad AMART coprono un vasto

arco temporale - dall'archeologia al contemporaneo - e rappresentano tipologie di manufatti artistici molto diversi tra loro. Alcuni esempi: una "testa di fauno", scultura del I secolo a.C. (Umbria Sud); la "Maternità", scultura congolese della fine del sec. XIX (Denise e Beppe Berna); il "Lupo", acquarello del 2019 di Marzio Tamer (Salamon Fine Art); il "Regolatore astronomico" di Louis Constantin Detouche (Top Time), un "Incensiere in lacca, oro, argento e smalti", Giappone sec. XIX (Mastromauro).

Sono diversi i segnali che confermano la seduzione esercitata di nuovo dall'antiquariato: molti architetti e home designer scelgono pezzi di antiquariato per arredare case dal gusto contemporaneo e si assiste a un ritorno di interesse da parte delle giovani generazioni.

**PARTNERS**

**SPONSOR TECNICI**

[www.antiquarimilanesi.it](http://www.antiquarimilanesi.it) - [www.amart-milano.com](http://www.amart-milano.com)

## Campagna con testimonial d'eccellenza per **AMART**

AMART ha ideato un progetto di comunicazione nuovo (curato da Paolo Landi), schierando protagonisti eccellenti che hanno accettato di farsi fotografare con un'opera anti-

ca: generazioni diverse (genitori e figli, nonni e nipoti oppure giovani fratelli e amici). A significare un legame con la tradizione e un desiderio di futuro per una forma d'arte che trova sempre più spazio nelle case dei giovani, arredate con design contemporaneo, ma spesso "riscaldate" da un dipinto, da un mobile, da un oggetto antico. Testimonial come: Urbano Cairo con sua figlia Cristina; Claudia e Mélusine Ruspoli; i fratelli Francesco e Filippo Mondadori con Ludovica Bonini; Anna Cataldi con la figlia Guya Falck; Oliva Salviati e Polimnia Attolico Trivulzio, madre e figlia; Carla

Milesi di Gresy con la giovanissima nipote Ludovica; Fabrizia Caracciolo; Anna Gastel con il figlio Guido Taroni; Domenico Piva con il figlio Giuseppe e il nipote Leonardo. Inoltre, un gruppo di 13 giovani antiquari milanesi che portano avanti con passione il mestiere e lo espandono sui social aggiungendo comunicazione tecnologica ai tradizionali modi di promozione e di vendita. Accanto ad ognuno di questi protagonisti, fotografati da MAKI GALIMBERTI al SUPERSTUDIO13 di Milano, una frase che attira l'attenzione sul binomio "antiquariato-design".

"La mia casa è un misto che adoro di mobili antichi

ereditati e di design contemporaneo" dice per esempio Carla Milesi di Gresy; "in casa è bello mischiare antico e contemporaneo, amiamo questo tipo di contrasti" dicono i

fratelli Mondadori; "l'antiquariato ringiovanisce la mia casa" dice la giovanissima principessa Mélusine Ruspoli. E Fabrizia Caracciolo: "l'arte moderna e contemporanea è il mio lavoro, l'antiquariato è nel mio dna".

"Sono stata la prima donna banditrice d'asta da Christie's - dice Anna Gastel - continua la mia passione per le cose antiche che amo mischiare alla contemporaneità". E suo figlio Guido Taroni: "l'antiquariato si tramanda da generazioni nella nostra famiglia. Se le cose antiche e moderne sono belle vivono benissimo insieme".

Oliva Salviati e la figlia Polimnia Attolico Trivulzio sostengono che "l'arte è sempre arte, è senza tempo: ieri, oggi e domani", mentre Anna Cataldi e la figlia Guya Falck dicono "un mobile o un oggetto di antiquariato dà calore alla contemporaneità della nostra casa". Fino allo "statement" di Urbano Cairo che in maniera assertiva afferma "anche l'antiquariato è una forma di design". Tutti i partecipanti alla campagna AMART 2019, il fotografo Maki Galimberti e



**Tra i testimonial della campagna per AMART il presidente e amministratore delegato di Rcs MediaGroup Urbano Cairo (con la figlia Cristina) e i fratelli Francesco e Filippo Mondadori con Ludovica Bonini**



Superstudio13 hanno devoluto il loro compenso a una donazione al FAI (Fondo Ambiente Italiano) e al Museo Poldi Pezzoli di Milano. Numerosi i partner che hanno aderito al progetto di AMART: Museo Poldi Pezzoli, Museo della Permanente, Amici del Museo Bagatti Valsecchi, FAI (Fondo per l'Ambiente Italiano), Confcommercio Milano, Ciaccio Arte - Broker Insurance Group, Ingegnoli Piante, Hotel Manin, Promo.Ter, FIMA Federazione Italiana Mercanti d'Arte e Giovani Antiquari Milanesi.

*Proventi al Fai e al Museo Poldi Pezzoli*

In FieraMilano Rho dal 18 al 22 ottobre

## Caffè protagonista ad Host con l'area Altoga

Numerose le iniziative che si svolgeranno nell'area Altoga, l'Associazione dei torrefattori, in occasione della prossima edizione di Host, la rassegna internazionale dedicata al mondo della ristorazione e dell'accoglienza, in programma a FieraMilano Rho dal 18 al 22 ottobre.



**SESTO GRAN PREMIO DELLA CAFFETTERIA ITALIANA** - Da 12 anni presso Host viene organizzato il Gran Premio della Caffetteria Italiana: la competizione raggruppa i migliori baristi italiani che, durante l'anno, vengono selezionati in 5 tappe di zona dal nord al sud Italia. Sono oltre 360 i baristi che hanno partecipato alle selezioni nazionali. I vari competitori si scontrano ad Host nella realizzazione di due espressi, due cappuccini e due drink al caffè con un ingrediente dell'enogastronomia italiana (regolamento sul sito di Aicaf, Accademia italiana maestri del caffè). Venerdì 18 ottobre la semifinale del Gran Premio, sabato 19 ottobre la finale.

**FORMAZIONE ITINERANTE CON IL "COFFEE ADDITION"** in programma martedì 22 ottobre.

"Coffee Addition" è un format che nasce dall'intuito di Gianni Cocco ed Aicaf. Cocco, nella sua attività di formatore barista, ha iniziato a mitigare, miscelare e rielaborare le estrazioni di caffè con altri prodotti dell'enogastronomia italiana passando dai mix di base fino a quelli più complessi, con l'intenzione di portare l'attenzione sulla qualità della materia caffè nella ristorazione o nell'hotellerie.

Il format è il primo nel suo genere ad essere itinerante: all'interno di Host 2019 si muoverà attraverso i vari stand aderenti a quest'iniziativa



e per i quali verrà realizzato un apposito master per coinvolgere gli avventori dello stand con novità legate al mondo della "mitigazione" che, in questo caso, sarà legata al caffè. Il

format è supportato dalla capacità organizzativa e tecnica di Aicaf con base nell'Area Altoga ad Host.

**LATTE ART GRADING BATTLE CHAMPIONSHIP** - Il Latte Art Grading System nasce dall'intuito di Luca Ramoni e dal



supporto di Luigi Lupi, poi, nello sviluppo all'estero. Con l'acronimo L.a.g.s. questo circuito si identifica come l'unico sistema internazionale di certificazione nella latte art che, ad oggi, è presente in 22 Paesi. Si stanno svolgendo tutte le selezioni che porteranno i vari campioni alle finali in fiera. Ad Host, domenica 20 ottobre, la finale italiana dei livelli più alti e, a seguire, lunedì 21 ottobre, i migliori del mondo si affronteranno nella "World Lags Battle", finale mondiale latte art grading, "The Final Arena".

*Durante tutto il periodo di Host sarà presente il banco di assaggio espresso dei soci Altoga*



*Camera di Commercio  
Milano Monza Brianza Lodi,  
Agis (Confcommercio)  
e Università Iulm*

allo sviluppo dell'economia del territorio. Le spese aggiuntive legate alla fruizione di uno spettacolo al teatro o al cinema sono in media di 53 euro tra bar, ristoranti, shopping e altre spese. Per i festival la spesa pro capite oscilla tra 65 e 200 euro. Ecco quanto vale l'indotto di cinema e teatro. Non solo spesa al botteghino, ma shopping, trasporti e pasti fuori casa triplicano la spesa culturale di base: ogni euro in biglietti di ingresso genera 2 euro di spese extra. Nei consumi extra degli spettatori, a fronte di 5,3 miliardi di euro di spese, si genera un valore aggiunto annuale di 4,7 miliardi di euro, una produzione aggiuntiva di 10,8 miliardi, oltre a 99 mila unità di lavoro. Allo stesso modo, nei consumi extra degli spettatori dei festival, a fronte di 181 milioni di euro di spese, si genera un valore aggiunto annuale di 160 milioni di euro, una produzione aggiuntiva di 369 milioni, oltre a 3.400 unità di lavoro.

“La cultura – ha rilevato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio Milano, Monza Brianza Lodi e di

Confcommercio - è l'energia vitale e trasversale della nostra società. In particolare di Milano. E la cultura rafforza l'attrattività del territorio. I dati della nostra ricerca, infatti, dimostrano l'indotto rilevante generato dal settore culturale e creativo a beneficio del turismo. Investire nella cultura significa investire nella crescita sociale ed economica del nostro Paese e significa, soprattutto, investire nel futuro”. (SM)

## La ricerca “Spazi culturali ed eventi di spettacolo: un importante impatto economico”

**S**ono 4,7 i miliardi di euro di valore aggiunto per il territorio generati dal cinema e dal teatro, e 160 milioni di euro quelli generati da 5 grandi festival nazionali, secondo quanto emerge dalla ricerca “Misurazione dell'impatto socioeconomico che le sale cinematografiche e gli eventi culturali producono nell'economia dei territori” a cura dell'Agis, di Impresa Cultura Italia – Confcommercio, dell'Università Iulm di Milano e della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi. La ricerca, presentata a Milano a Palazzo Giureconsulti, è stata condotta con la collaborazione dell'Istituto Makno e mette in luce come gli eventi culturali attivino processi virtuosi di incremento della domanda di beni e servizi e siano in grado di dare una spinta

*Presentazione a Milano  
a Palazzo Giureconsulti*

### Cinema e teatro: alcuni dati della ricerca

Dalla ricerca emerge come si vada meno al cinema e a teatro: oltre la metà degli intervistati (circa il 56%) va al cinema o a teatro non più di 1 o due volte l'anno, mentre 1 su 4 (circa il 25%) va almeno una volta alla settimana. Il 94,3% del campione si dichiara ampiamente soddisfatto della qualità delle strutture dello spettacolo frequentate, con voto superiore a 6 per circa il 60% degli intervistati. Oltre la metà degli spettatori di cinema e teatro ha tra i 35 e i 45 anni. I festival tendono ad avere un pubblico più giovane: oltre un terzo di chi segue queste manifestazioni ha meno di 35 anni. Dopo i 45 anni la fruizione di spettacoli diminuisce progressivamente.

I giovanissimi rappresentano una quota inferiore all'11% degli spettatori.

Tra le voci del paniere di spesa dello spettatore di cinema e teatro, al primo posto la c'è la ristorazione per la quale si spendono quasi 18 euro a testa, seguita dallo shopping (24 euro, tra acquisti per i bambini, per sé e/o altri familiari o altro), dalle spese al bar (quasi 6 euro) e dal parcheggio (circa 2 euro). L'auto è usata da oltre il 72% degli spettatori delle sale cinematografiche e teatrali. Oltre il 73% degli spettatori dei festival pernotta fuori con una spesa media di 61,5 euro a notte.

A livello territoriale, si spende di più nelle regioni del Nord Ovest (63 euro, 10 euro in più rispetto alla media), meno nel Nord Est (42,6 euro).

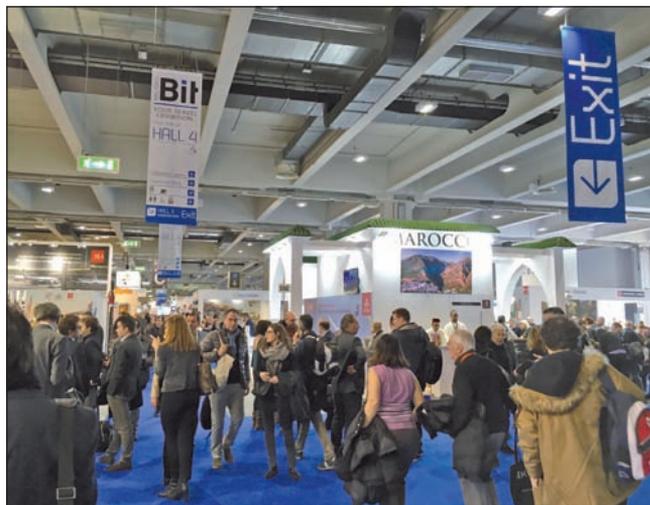


*Nuovo indicatore statistico previsionale:  
bussola per orientarsi  
nel cercare modelli di sviluppo*



## Confturismo-Confcommercio Superindice del turismo presentato a Milano in Bit

Confturismo-Confcommercio ha presentato a Milano alla recente Bit (Borsa internazionale del turismo) il nuovo superindice del turismo che avrà lo scopo di mettere ordine tra le numerose e a volte contraddittorie analisi statistiche nel comparto. “I dati sul turismo sono certamente utili – ha affermato Luca Patanè, presidente di Confturismo Confcommercio – molte istituzioni lavorano con competenza per rilevarli, senza contare le diverse università italiane che si dedicano a studi su questo settore”. “Manca, però - ha proseguito Patanè – uno strumento univoco e trasversale che permetta alle persone di capire i trend e i megatrend del turismo”. Quest’innovativo strumento potrà essere utilizzato sia a livello nazionale, sia dalle singole regioni, dalle aziende e dai policy maker e permetterà a tutti di decidere con maggiore consapevolezza dove investire e cosa attendersi dai flussi turistici.



Il nuovo superindice prenderà in analisi tutte le banche dati esistenti e le statistiche attuali rafforzandole e relazionandole con altre fonti e con gli strumenti più moderni, ad esempio della web analysis.

Il superindice potrà essere utilizzato come una bussola per orientarsi nel cercare modelli di sviluppo (come ha spiegato Andrea Giuricin, professore dell’Università Bicocca di Milano): uno strumento statistico per assumere decisioni di investimento. L’indice è predittivo e servirà a comprendere il “dove” e il “quanto” dei flussi turistici in Italia per poter anticipare interventi che pubblico e privato devono e possono fare. (SM)

# CON CONFCOMMERCIO CONTENTI



## CONTENTO TU E CONTENTI TUTTI CON IL NOSTRO WELFARE AZIENDALE.

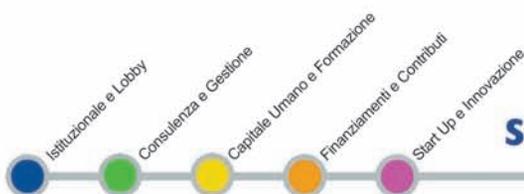
### Vuoi fare contenti i tuoi collaboratori?

**Confcommercio Milano** ti propone le soluzioni di **Edenred** (inventore dei Ticket Restaurant) per il welfare aziendale con vantaggi esclusivi per i soci e la flessibilità di un pacchetto di benefit studiati in modo attento e specifico per rispondere ai reali bisogni dei

tui collaboratori con importanti vantaggi fiscali per la tua azienda.

Avrai una gamma di soluzioni che ti permetteranno di erogare ai tuoi dipendenti servizi per l'istruzione, la salute, il benessere, il tempo libero, la previdenza e buoni per lo shopping, la benzina o per fare la spesa al supermercato.

**Richiedi la tua consulenza personalizzata  
allo Sportello Welfare di Confcommercio Milano.**



**Scegli il percorso giusto per far crescere la tua azienda.**

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

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

**f** Confcommercio Per Te

