

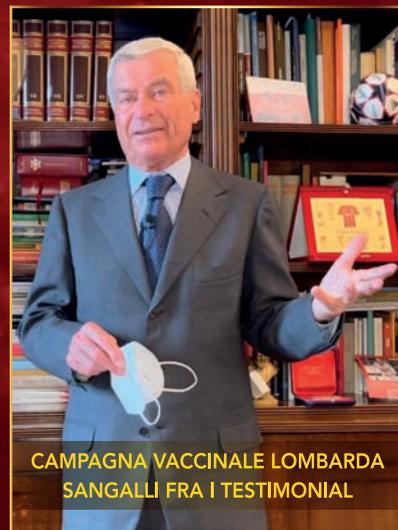
# Unione *informa*



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

## COVID

DPCM (FINO AL 6 APRILE)  
E VARIANTI DEL VIRUS  
L'EMERGENZA CONTINUA



CAMPAGNA VACCINALE LOMBARDA  
SANGALLI FRA I TESTIMONIAL

## Guida Convenzioni 2021



www.confcommerciamilano.it  
metromappa.confcommerciamilano.it  
convenzioniimprese@unione.milano.it  
Corso Venezia, 47 • 20121 Milano • Tel. 02 7750372

## Guida Convenzioni 2021



Ogni giorno cerchi, trovi e risparmi.



## CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA LA GUIDA CONVENZIONI 2021: MOLTI I VANTAGGI RISERVATI AI SOCI

DA SCUOLA SUPERIORE A



ALTA SCUOLA DI FORMAZIONE PER LE IMPRESE

### FORMATERZIARIO

COMMERCIO • TURISMO • SERVIZI • PROFESSIONI

# METROMAPPA CONFCOMMERCIO MILANO

IN UN SOLO COLPO D'OCCHIO CERCHI E TROVI  
TUTTE LE SOLUZIONI PER LA TUA IMPRESA.



La **Metromappa di Confcommercio Milano** è una rivoluzione pratica nella navigazione online alla ricerca di tutto quello che Confcommercio ti offre. Trovi facilmente quello che stai cercando e in più ogni giorno potrai scoprire un percorso di opportunità pronto per sviluppare, proteggere e integrare il tuo business.

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](https://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby    Consulenza e Gestione    Capitale Umano e Formazione    Finanziamenti e Contributi    Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano



www.confcommerciomilano.it  
metromappa.confcommerciomilano.it  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te



## 350 caratteri di confcommercio



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

Dobbiamo trovare il modo di far convivere salute e lavoro per tutte le attività. Con pari doveri, sia chiaro, nei confronti della salute, ma anche con pari dignità nel considerare tutte le imprese come “essenziali” alla vita economica e sociale del Paese.



**LE ATTESE SUL GOVERNO DRAGHI. SANGALLI: CONFRONTO CONTINUO E STRUTTURATO CON LE PARTI SOCIALI** - Necessità e urgenza di definire un metodo di lavoro continuo e strutturato tra Governo e Parti sociali su larghissima parte delle questioni richiamate dal presidente Mario Draghi: dalla risposta alle emergenze, al quadro delle riforme con l'intero ventaglio degli obiettivi strategici del PNRR, il Piano nazionale di ripresa e resilienza. Lo ha rilevato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. In particolare – ha affermato Sangalli – è “di grande interesse il passaggio sulla necessità di un intervento complessivo sul sistema tributario che escluda cambiamenti di tasse ‘una alla volta’. Compito che il Premier, molto opportunamente prevede di affidare a una commissione di esperti, ben consapevole che una buona riforma fiscale è alla base della ricostruzione economica”. Sangalli ricorda anche il riferimento di Draghi alla comune responsabilità di una ‘Nuova Ricostruzione’ che, come nel Dopoguerra, consenta di “consegnare un Paese migliore e più giusto ai figli e ai nipoti”.



# I VANTAGGI DI CONFCOMMERCIO MILANO: RIDUZIONE DI COMMISSIONI CARTE E DI ALTRI COSTI BANCARI



**Confcommercio Milano**, grazie ad accordi riservati con alcune delle principali banche, offre ai soci un risparmio su: **servizio Pos, gestione di conto corrente, commissioni e prodotti bancari.**

**E ai soci fedeli, condizioni ancora più vantaggiose.** Tutte le convenzioni bancarie offerte possono essere consultate sul sito nella sezione dedicata a banche, pos e servizi d'incasso.

**Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che cercano  
un costo giusto anche con le banche.**

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

**Contattaci nel modo che preferisci.**

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano

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

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te



**Negozi nei centri commerciali:** confermata la chiusura nelle giornate festive e prefestive.



**Seconde case, visite.** Si può andare nelle seconde case se si trovano in zona gialla o arancione. Chi vive in zona rossa non può andarci anche se le seconde case si trovano in fascia bianca, gialla o arancione. Non si può andare nella seconda casa con amici e parenti. Secondo le ordinanze locali nella

### Il Milanese più "arancione scuro"

Varianti Covid e rialzo dei contagi: la Lombardia si è colorata in questi giorni di "arancione scuro" con scuole chiuse, didattica a distanza e spostamenti limitati. Dieci i Comuni del Milanese che (nel momento in cui si scrive) sono stati interessati dal provvedimento: Motta Visconti, Besate, Binasco, Truccazzano, Melzo, Liscate, Pozzuolo Martesana, Vignate, Rodano, Casarile. E in arancione rafforzato è passata anche Bollate (prima zona rossa).

## Restrizioni anti-Covid Dpcm fino al 6 aprile

**N**el momento in cui si scrive ecco il nuovo Dpcm del Governo, il primo dell'esecutivo di Mario Draghi, per contrastare i contagi Covid. Provvedimento che resta in vigore fino al 6 aprile (Pasqua inclusa).

Al provvedimento del Governo si aggiungono le misure restrittive assunte a livello locale nelle aree di maggior rischio. In particolare è stata creata una fascia di arancione scuro (ampiamente applicata in Lombardia: le province di Brescia e di Como, Cremona e Comuni del Cremomese, Comuni del Bergamasco e del Mantovano, ma anche – vedi box – vari centri del Milanese).

**Fasce a colori di rischio:** bianca, gialla, arancione (e arancione scuro), rossa. Per essere in fascia bianca (come in questi giorni la Sardegna) l'incidenza dei nuovi contagiati deve risultare inferiore a 50 persone per 100mila abitanti.

**In vigore il coprifuoco:** dalle 22 alle 5 (la Sardegna in fascia bianca l'ha fissato alle 23.30).

**Confermato il divieto di spostamento fra le regioni** fino al 27 marzo (anche quelle in fascia gialla) con le uniche eccezioni per motivi di lavoro, salute e urgenza (da giustificare con l'autodichiarazione).

fascia arancione scuro sono chiuse le scuole e non si può andare nelle seconde case (come in zona rossa). Una casa presa con affitto breve non può essere considerata seconda casa (occorre dimostrare di averne avuto titolo - proprietà o affitto - prima del 14 gennaio 2021).

In zona gialla si può ancora andare, all'interno della propria regione, in due, con minori di 14 anni, a casa di parenti e amici, solo una volta al giorno dalle 5 alle 22. All'interno del proprio comune di residenza in zona arancione. Visite vietate, invece, se si vive in fascia rossa.

**Pubblici esercizi (e asporto enoteche).** I pubblici esercizi sono aperti in zona gialla fino alle 18, chiusi in zona arancione e rossa. Dai bar è consentito l'asporto fino alle 18. Dai ristoranti, ma anche dalle enoteche, fino alle 22. Consentita la consegna a domicilio.

**Parrucchieri e centri estetici.** Chiusi in zona rossa.

**Palestre e piscine.** Restano chiuse.

**Cinema e teatri.** Dal 27 marzo in zona gialla possibile riapertura (con pubblico ridotto).

**Musei e luoghi culturali.** In modalità contingentata aperti in zona gialla. Dal 27 marzo, per sabato e festivi, aperti su prenotazione.

## I conti della pandemia Pil e consumi giù pressione fiscale su

**N**el 2020 (rilevazioni Istat) il Pil in volume è sceso dell'8,9%: 1.572 miliardi. Nel 2020 la pressione fiscale complessiva (ammontare delle imposte dirette, indirette, in conto capitale e dei contributi sociali in rapporto al Pil) è risultata pari al 43,1%, in aumento rispetto all'anno precedente. L'incremento si spiega con la minore flessione delle entrate fiscali e contributive



(-6,4%) rispetto a quella del Pil a prezzi correnti (diminuito del 7,8%). Rapporto debito/Pil: dal 134,6% del 2019 al 155,6% del 2020. Crollano i consumi delle famiglie: nel 2020 la spesa per consumi finali delle famiglie è scesa in volume del

10,7% (+0,3% nel 2019). La spesa per consumi di beni è calata del 6,4% e quella per servizi del 16,4%.

# CONFCOMMERCIO MILANO SVILUPPA IL TUO LAVORO CON LE CONVENZIONI E IL NETWORKING TRA TE E LE AZIENDE ASSOCIATE



Con Confcommercio Milano hai tante vantaggiose convenzioni per te e per i tuoi collaboratori. Sarai parte di un network per poter trovare i fornitori ideali, professionali e di fiducia, inoltre potrai tu stesso proporti come fornitore di tutti gli altri associati e dei loro dipendenti.

**Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che cercano nuove opportunità di business e di risparmio con la collaborazione e il networking.**

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

**Contattaci nel modo che preferisci.**

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano

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

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te



*Protocollo d'intesa  
tra il Comitato Organizzatore  
dei Giochi Olimpici  
e Paralimpici italiani  
e le Confcommercio  
di Lombardia e Veneto*



## Olimpiadi invernali: patto fra Confcommercio e Fondazione Milano Cortina 2026 per promuovere "le eccellenze a Km0"

*Vincenzo Novari  
amministratore  
delegato della  
Fondazione Milano  
Cortina 2026*

ma imprenditoria-  
le di Lombardia e  
Veneto in vista  
delle Olimpiadi

**F**are squadra in un momento difficile, guardare con fiducia al futuro, valorizzare le eccellenze del commercio, del turismo e dei servizi in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina 2026. E' con questa premessa che la Fondazione Milano Cortina 2026 e le Confcommercio di Veneto e Lombardia hanno siglato un protocollo d'intesa valido fino a luglio 2026. L'intesa punta a rafforzare il dialogo tra il Comitato Organizzatore dei Giochi Olimpici e Paralimpici italiani e le migliaia di aziende locali attive nel territorio. Una collaborazione strategica a lungo termine, quella siglata tra la Fondazione, Confcommercio Lombardia e Confcommercio Veneto, in piena aderenza ai principi di trasparenza, concorrenza e non discriminazione, con l'obiettivo di coinvolgere le migliori eccellenze e promuovere tra le aziende associate la possibilità di fornire beni e servizi legati alla manifestazione. "Le Olimpiadi e Paralimpiadi italiane" ha affermato l'amministratore delegato della Fondazione Milano Cortina 2026 Vincenzo Novari, "saranno un'occasione fondamentale per rilanciare l'immagine dell'Italia e per promuovere nel mondo le eccellenze del nostro commercio e del nostro turismo. La partnership strategica firmata con le Confcommercio di Veneto e Lombardia rappresenta per noi e per migliaia di imprese un segnale di ottimismo in un periodo difficile". "Il nostro Paese e le nostre imprese hanno bisogno di segnali di fiducia per ricominciare a costruire un futuro oltre la pandemia. La firma del protocollo per coinvolgere il siste-

invernali 2026 va esattamente in questa direzione" ha affermato Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio Lombardia. "Come dimostra l'esperienza vincente di Expo 2015 i grandi eventi globali, se ben gestiti, sono un forte volano di sviluppo che dispiega i suoi effetti positivi già negli anni che lo precedono. Ovviamente - prosegue - tutto dipenderà dall'evoluzione dell'emergenza sanitaria. Secondo le stime dell'Università Bocconi - in condizioni normali - sono previsti 2,8 miliardi di euro di produzione generata e 1,2 miliardi di euro di valore aggiunto, con oltre 20 mila nuovi occupati".

"Grazie a questo protocollo - conclude Sangalli - diamo vita ad una piattaforma che permetterà alle imprese dei territori di essere maggiormente informate e coinvolte nelle varie iniziative. L'accordo è strategico perché crea un filo diretto tra Fondazione e mondo imprenditoriale facilitando le occasioni di crescita e preparando le basi per una eredità che produrrà effettivi positivi anche dopo il 2026".

"Il Veneto delle piccole e medie imprese ha moltissimo da dare ai Giochi del 2026 - ha dichiarato Patrizio Bertin, presidente di Confcommercio Veneto - A Cortina d'Ampezzo si sono conclusi i Mondiali di sci alpino, che nella situazione pandemica attuale sono diventati esempio di resilienza e voglia di ripartire. E' tempo di guardare già alle Olimpiadi e il nostro sistema si mette a disposizione con la sua esperienza e professionalità".

# CONTENTI TUTTI E CONTENTO ANCHE TU CON IL WELFARE AZIENDALE DI CONFCOMMERCIO MILANO



Confcommercio Milano ti propone le soluzioni Edenred per il welfare aziendale. Prenota il tuo incontro allo Sportello Welfare oppure chiedi un appuntamento (sempre in modalità video-riunione). Scopri come dare ancora più vantaggi ai tuoi dipendenti senza oneri aggiuntivi.

**Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che credono nel lavoro e lo sviluppano anche con la soddisfazione dei dipendenti.**

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](https://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

**Contattaci nel modo che preferisci.**

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano



[www.confcommerciomilano.it](https://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](https://metromappa.confcommerciomilano.it)  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te

Fra i testimonial  
il presidente  
di Confcommercio  
Carlo Sangalli



## “Più siamo, prima vinciamo” La campagna vaccinale anti-Covid di Regione Lombardia

Più siamo,  
prima vinciamo.

“**P**iù siamo, prima vinciamo”: è la campagna di Regione Lombardia di sensibilizzazione e informazione sulle fasi della vaccinazione anti-Covid avviata per gli over

80. Campagna che ha fra i testimonial, con un video, il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (foto). E' stato predisposto un numero verde – 800894545 – ed è possibile manifestare la propria adesione alla vaccinazione anti-Covid collegandosi alla piatta-

forma dedicata: <https://vaccinazionecovid.servizirl.it/>.

**H**a preso il via, in modalità videoconferenza, il confronto per il rinnovo del Contratto Nazionale di Lavoro del Terziario, Distribuzione e Servizi per i dipendenti di aziende associate a Confcommercio (scaduto il 31 dicembre 2019). Un rinnovo che coinvolge una vasta platea di lavoratori del settore privato in Italia, con oltre 3milioni e mezzo di addetti: dai lavoratori dell'Ict a quelli dell'e-commerce,



## Rinnovo Contratto Terziario Avviato il confronto tra Confcommercio e Sindacati

dagli addetti alle vendite ai cassieri, ai magazzinieri. Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil hanno presentato a Confcommercio i contenuti del documento unitario per l'avvio del tavolo negoziale, “in uno scenario economico che riflette inevitabilmente gli effetti della crisi pandemica”.

## Formazione e selezione degli agenti di commercio Rinnovata la partnership tra Fnaarc e Randstad

**P**rosegue anche in questo 2021 la partnership di Fnaarc (la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio) con Randstad, operatore leader mondiale nei servizi HR. L'obiettivo del rinnovato accordo - che include attività di controllo dei curricula, webinar di formazione e giornate di recruiting - è migliorare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro attraverso una ricerca qualificata di agenti. La partnership unisce l'esperienza di Randstad, che ha sviluppato una divisione specializzata in ricerca e selezione di agenti e rappresentanti di commercio,

## Turismo e servizi Il “profondo rosso” rilevato dall'Istat

Nel corso del 2020 si è registrata una flessione dell'indice del fatturato delle imprese dei servizi del 12,1%, la più ampia dall'inizio delle serie storiche (disponibili dal 2001). La perdita di fatturato ha colpito la quasi totalità dei settori rilevati, ma particolarmente rilevante è il calo nelle attività più toccate dalle restrizioni connesse all'emergenza sanitaria, come quelle legate alla filiera del turismo (attività delle agenzie di viaggio -76,3%, trasporto aereo -60,5%, attività dei servizi di alloggio e ristorazione -42,5%). Sono le stime rese note dall'Istat.



alla visibilità dei canali messi a disposizione da Fnaarc. (Fnaarc: vedi anche le pagine da 28 a 30).

# INSIEME A CONFCOMMERCIO MILANO SICUREZZA LAVORO E IGIENE DEGLI ALIMENTI CHECK UP GRATUITO E SCONTO DEL 20%



Con **Confcommercio Milano**, attraverso **Promo.ter Unione - Club della Sicurezza**, avrai gli strumenti necessari per assolvere a tutti gli obblighi normativi sulla **salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e sull'igiene degli alimenti e HACCP**, partendo da un check up gratuito che verrà fatto presso la tua attività per analizzare tutte le eventuali problematiche, e con lo **sconto del 20%** in caso di acquisto dei servizi proposti. **Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che non risparmiano ignorando gli obblighi normativi, ma risparmiano applicandoli.**

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

**Contattaci nel modo che preferisci.**

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano

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

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te

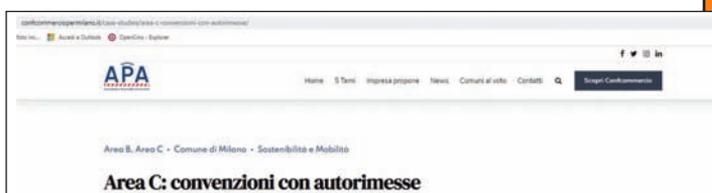


## Milano: il Comune ha riattivato Area C Telecamere accese dalle 10 alle 19.30

Dal 24 febbraio è stata riattivata dal Comune di Milano Area C, la ztl con l'accesso a pagamento nell'area centrale della città (all'interno della Cerchia dei Bastioni). Rimodulati gli orari: dalle 10 fino alle 19.30. In considerazione della situazione pandemica e dello scenario instabile sulla Lombardia, la riattivazione in questa forma di Area C è fissata fino al 31 marzo, data di conclusione delle misure ambientali dell'accordo tra le Regioni del bacino padano. Per chi deve recarsi presso le strutture sanitarie per la somministrazione del vaccino anti Covid-19 è prevista una deroga e l'esenzione del pagamento (compilando il modulo scaricabile da [www.comune.milano.it](http://www.comune.milano.it)). (AL)

## Niente Area C per chi sosta in autorimessa per più ore continuative Su [confcommerciopermilano.it](http://confcommerciopermilano.it) la proposta di APA

Su [Confcommerciopermilano.it](http://Confcommerciopermilano.it), <https://www.confcommerciopermilano.it/case-studies/area-c-convenzioni-con-autorimesse/> la piattaforma digitale aperta (organizzata in 5 macro aree tematiche: Sicurezza e salute, Lavoro, imprese e fisco, Attrattività, Smart City, Sostenibilità e mobilità) che raccoglie spunti e riflessioni per i candidati alle elezioni amministrative del Comune di Milano, arrivano i suggerimenti del mondo imprenditoriale. APA, l'Associazione milanese delle autorimesse, propo-



ne di eliminare il ticket Area C per chi decide di sostare in autorimessa per un certo numero di ore continuative. La proposta nasce dalla considerazione che chi decide di sostare in autorimessa rende, di fatto, un vantaggio alla collettività perché libera spazio su strada occupando meno strisce blu. (AL)



## Indirizzo Pec: obbligo per le imprese di comunicarlo alla Camera di Commercio



Le imprese hanno l'obbligo di comunicare il proprio indirizzo Pec alla Camera di Commercio affinché venga pubblicato nel Registro Imprese. Ma sono ancora numerose le imprese che, nonostante i termini siano scaduti, devono ancora mettersi in regola. La mancata comunicazione della Pec porterà all'assegna-

*Procedura agevole collegandosi  
alla piattaforma online di Infocamere*

zione d'ufficio di un diverso domicilio digitale, nonché alla possibile applicazione futura di sanzioni:

- in misura raddoppiata da € 206 a € 2.064 per le società (art. 2630 del Codice Civile);
- in misura triplicata da € 30 a € 1.548 per le ditte individuali, (art. 2194 del Codice Civile).

La comunicazione dell'indirizzo Pec è agevole. Per registrare la Pec si può usare la piattaforma online di Infocamere creata appositamente (vedi riquadro). (FA)

La piattaforma Infocamere per registrare l'indirizzo Pec

<https://ipecc-registroimprese.infocamere.it/ipecc/do/Welcom.action>

## Bollo Auto: da Regione Lombardia esenzione quest'anno per taxi, autobus e veicoli con conducente

Regione Lombardia, a sostegno dei tassisti e noleggiatori autobus/auto gravemente colpiti dalla crisi dovuta all'emergenza Covid-19, riconosce, limitatamente all'anno 2021, l'esenzione dalla tassa auto ai veicoli, di proprietà o utilizzati a titolo di locazione, delle imprese che esercitano attività di trasporti di persone mediante servizio di noleggio autobus/auto con conducente o mediante servizio di taxi. "Per accedere al contributo – ha spiegato l'assessore regionale al Bilancio e Finanze Davide Caparini – gli interessati non devono infatti presentare alcuna domanda. Qualora avessero



**Davide Caparini, assessore  
a Bilancio e Finanze  
di Regione Lombardia**

ricevuto sollecitazioni di pagamento, non dovranno tenerne conto perché – ha precisato Regione Lombardia – gli inviti di queste comunicazioni sono stati predisposti in anticipo rispetto all'approvazione dell'esenzione avvenuta in dicembre 2020 da parte del Consiglio Regionale lombardo".

"I competenti uffici – ha concluso l'assessore Caparini – provvederanno a una comunicazione mirata agli interessati a conferma del diritto all'esenzione".

In ogni caso – ha specificato la Regione – per evitare che gli esenti incorrano in errore è stato provveduto, relativamente all'esenzione dei tassisti, a inibire dai sistemi di riscossione tali procedure. (AL)



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)**

*L'agonia di palestre, piscine, centri fitness, impianti: la lettera del presidente Marco Contardi al capo del Governo, al ministro della Salute e ai presidenti di Regioni e Province autonome*

## L'appello di A.R.I.S.A. al premier Draghi: chiediamo una svolta per non far morire il mondo dello sport dilettantistico

Interrompere l'agonia del mondo dello sport dilettantistico fermo per l'emergenza Covid: è accorato l'appello di A.R.I.S.A. Confcommercio, l'associazione lombarda che riunisce il mondo degli imprenditori dello sport e delle arti del benessere fisico (palestre, piscine, centri fitness) lanciato al presidente del Consiglio Mario Draghi, al ministro della Salute Roberto Speranza e a tutti i presidenti delle Regioni e delle Province autonome con una lettera inviata dal presidente dell'Associazione Marco Contardi.

Contardi ricorda innanzitutto le cifre: sono più di 100 mila i centri sportivi con allenatori e tecnici e 20 milioni gli utenti che chiedono di poter riprendere la loro attività.

"La crisi pandemica – ha scritto il presidente di A.R.I.S.A. – ha provocato un mancato flusso economico di oltre 9,5 miliardi di euro, indotto da oltre otto mesi di chiusura e da ulteriori cinque di 'aperture parziali' e contingentate". Un danno economico-finanziario che "sta condannando alla chiu-



**Marco Contardi, presidente di A.R.I.S.A.**

sura definitiva molti centri sportivi". E chi "sopravviverà", scrive Contardi,

avrà bisogno di importanti sussidi per far fronte "agli elevati costi di gestione e manutenzione che, seppur con impianti chiusi, devono essere svolti con regolarità per non danneggiare irrimediabilmente le strutture".

Ma il punto non è soltanto quello, drammatico, della condizione economica delle imprese del comparto e della conseguente ricaduta occupazionale. Una vasta chiusura degli impianti provocherebbe forti danni anche sociali e sanitari.

"Attività motoria e benessere fisico e mentale – ha sottolineato Contardi – sono elementi irrinunciabili soprattutto in chiave di prevenzione sanitaria". Il presidente di A.R.I.S.A. ha ricordato come siano "milioni le persone anziane e meno anziane che non riescono a svolgere tutte quelle attività motorie utili al loro stato fisico, per non parlare dei ragazzi con disabilità che spesso trovano nell'attività fisica il loro unico sbocco realizzativo".

A.R.I.S.A. chiede una svolta per un settore "ad oggi quasi dimenticato che – ha concluso Contardi – non urla non manifesta ma non per questo deve essere lasciato morire di inedia".

## Troppe le emergenze aperte E il tempo, come il Covid, corre via veloce

### Il punto

Sempre più difficile orientarsi in questo scenario che, a differenza di quanto si potesse presumere, si sta delineando con gli stessi irrisolti problemi che si sono vissuti esattamente un anno fa e, purtroppo, a parte la breve pausa estiva, per l'intero anno scorso. Il dopo Covid avrebbe dovuto cominciare con l'inizio del programma vaccinale che procede, però, a spizzichi e bocconi. Mentre se ci fosse una pianificazione con rifornimenti certi si dovrebbero utilizzare appieno almeno tutte le dosi pervenute (cosa che anche in Lombardia non avviene).

Il comparto attrattività, il cui primo pilastro è costituito da commercio, ristorazione, ricettivo alberghiero e annessi, ha raggiunto il limite massimo di resistenza e ristori e indennizzi non possono che essere una mezza borraccia d'acqua, indispensabile per la traversata del deserto, ma inadeguata ad affrontare il prosieguo, ovvero la vera e propria ripartenza-ricostruzione che si dovrà affrontare per il nuovo *modus vivendi* del nostro quotidiano. Anche per altri settori (in questa pagina palestre, piscine, centri fitness, impianti sportivi n.d.r.) la sofferenza è fortissima.

Lo smart working e la sua incidenza soprattutto sul commercio dei centri cittadini (Milano in testa), la trasformazione

digitale, l'istruzione e l'aggiornamento permanente per poter svolgere qualunque attività sono le componenti essenziali da affrontare, condividere, superare, sulle quali il sistema pubblico, ma anche le categorie economiche, avrebbero dovuto definire le soluzioni. Cosa che, ad oggi, è avvenuto in maniera molto approssimativa.

Il miracoloso next generation plan e i 200 miliardi saranno fondamentali, ma il dilatarsi nel tempo delle pessime conseguenze prodotte dal virus killer impongono al sistema pubblico e privato di dover agire in autonomia predisponendo un proprio piano del dopo Covid in grado di rispondere ai cambiamenti irreversibili e far ridecollare il Paese. Il tempo che corre via veloce e il virus che persiste nella sua azione sono i due principali nemici. Importante è affrontarli con coesione e senza voli pindarici.

Serve un piano per far ridecollare il Paese



**Bruno Villois**

**Bruno Villois**  
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



Comune di  
Milano

# I NUOVI TEMPI DI MILANO

[comune.milano.it](http://comune.milano.it) | 



## Associazione panificatori: sostegno a Regione Lombardia per il panettone Patrimonio dell'Umanità Unesco

**A** Palazzo Bovara, il Circolo del commercio di Confcommercio Milano, a margine della Finale Italiana della Coppa del Mondo del Panettone, grazie all'avvio di una serie di interlocuzioni con l'associazione di categoria, Regione Lombardia ha confermato con l'assessore ad Agricoltura, Alimentazione e Sistemi Verdi Fabio Rolfi, la volontà di proseguire lungo la strada che porta il panettone tra il Patrimonio dell'Umanità dell'Unesco.

"I panificatori – dichiara il presidente dell'Associazione panificatori di Confcommercio Milano Matteo Cunsolo – sono convintamente a fianco di Regione Lombardia in quest'importante iniziativa istituzionale. Il panettone non è solo un dolce, o il dolce di Milano, ma è l'espressione di un valore di convivialità sociale che prescinde dal gusto, dalla bontà. Insomma, è l'espressione del valore della tradizione che fa della Lombardia e dell'Italia, un vero e proprio primato a livello internazionale. Associare il panettone a Unesco è il giusto riconoscimento di un'opera d'arte, il panettone che rappresenta l'Italia e i suoi valori nel mondo".

"L'Associazione panificatori pertanto – conclude Cunsolo - si



**Matteo Cunsolo, presidente  
dell'Associazione panificatori**

rende sin da subito disponibile con la sua rete di attività rappresentate per tutte le iniziative che saranno connesse".



**Fabio Rolfi, assessore ad Agricoltura,  
Alimentazione e Sistemi verdi  
di Regione Lombardia**

**C**omprare una casa nuova costa a Milano in media 5.710 euro al mq, con una variazione positiva di +1,3% in un anno. Effetto smart working: più attenzione al verde e alla qualità dei servizi.

Nell'hinterland milanese crescono il quadrante nord e la zona est. Le zone che crescono di più in città sono Greco, da 3.200 a 3.750 €/mq. + 17,2%; Corvetto con quotazioni in crescita di + 16% a 3.700 €/mq; la zona Solari-Napoli + 15% a quota 6.500 €/mq.

Si conferma, come da attese, il calo dei prezzi degli affitti: sono i prezzi massimi - per appartamenti pregiati, ben collocati e richiesti - a dover registrare la riduzione di valore più significativa. In centro le quotazioni calano a -11% per i monolocali e a -20% per i bilocali. E' quanto emerge dalla Rilevazione dei prezzi degli immobili per Milano e Area metropolitana, realizzata dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, in collaborazione con FIMAA Milano Lodi Monza Brianza e altre associazioni di categoria ed ordini professionali del settore.

"I tre principali trend immobiliari della Milano 2021 saranno il passaggio dal residenziale al living, la Milano dei quartieri e la definizione di un approccio all'abitare wellness oriented - sostiene Vincenzo Albanese, presidente FIMAA Milano Lodi Monza



*Rilevazione prezzi immobili  
Camera di Commercio  
con FIMAA Milano Lodi Monza Brianza  
e altre associazioni*

## A Milano tengono i prezzi delle nuove costruzioni

Brianza - Complice il grande interesse per il comparto residenziale negli ultimi mesi, si assisterà, infatti, a un'importante diffusione di progetti alternativi quali gli student housing, i senior living e gli sviluppi dedicati all'affitto. Si consoliderà la 'città dei quartieri' nella quale la qualità dell'abitare sarà percepita come strettamente connessa alla presenza di servizi a breve distanza (città dei 15 minuti) di verde e di quartieri mixed use".

"Soprattutto in una situazione complessa e di grandi incertezze come quella conseguente alla pandemia - dichiara Beatrice Zanolini, consigliere della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi – questa rilevazione dei prezzi si conferma essere una fotografia reale, condivisa da tutte le associazioni e le organizzazioni che raccolgono i dati. L'impatto della pandemia si riflette nel settore immobiliare in modo evidente. Lo studentato, lo smart working, la maggiore sensibilità alla qualità della vita, il comparto commerciale in sofferenza ed il cambio di rotta di molte aziende rispetto ai propri uffici sono solo alcuni dei fattori che meritano la nostra attenzione". (SM)

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza  
e Confcommercio Salute

## Dipartimento lombardo Salute, Sanità e Cura per le imprese che operano nel settore socio-sanitario

**E'** nato il Dipartimento lombardo Salute, Sanità e Cura: Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Confcommercio Salute promuovono un nuovo format di associazionismo in grado non solo di rappresentare e tutelare le imprese che operano nel settore socio-sanitario, ma di porsi come qualificato interlocutore per creare una maggior sinergia tra operatori, istituzioni e cittadini.

Numerose le attività interessate: dalle strutture residenziali e semi-residenziali per anziani e per persone con disabilità fisica o psichica, alle comunità per persone con disagio sociale o affette da dipendenze, ai laboratori di diagnostica e di analisi. Il Dipartimento regionale si occuperà dell'erogazione di peculiari forme di assistenza e rappresentanza.

“La Lombardia è la regione più densamente popolata del Paese con oltre 10 milioni di abitanti ed è da sempre – spiega il responsabile del Dipartimento Paolo Uniti - punto di riferimento, in Italia e non solo, per l'articolata e qualificata offerta, pubblica e privata, nei settori della sanità e del welfare sociale sui quali ora è ancor più alta l'attenzione per l'emergenza sanitaria Covid. Tra i compiti prioritari che il nuovo Dipartimento si pone vi è sicuramente quello di migliorare e qualificare sempre più il sistema del 'Long Term Care' regionale, anche in considerazione del costante invecchia-

mento della popolazione”. “Alcuni studi –



**Luca Pallavicini, presidente  
di Confcommercio Salute**

prosegue Uniti – indicano come entro il 2040 gli ultrasessantacinquenni saranno in Lombardia oltre 3,5 milioni e gli over 85

circa 600 mila”.

“Per questo motivo – rileva e conclude il presidente nazionale Confcommercio Salute Luca Pallavicini – le imprese che

*Nuovo format di associazionismo  
come qualificato interlocutore  
per creare una maggior sinergia  
tra operatori del settore socio-sanitario,  
istituzioni e cittadini*

costituiscono il sistema socio-sanitario lombardo dovranno essere in grado di offrire una nuova flessibilità rinnovando, là dove necessario, servizi e prestazioni. E mantenendo, allo stesso tempo, standard qualitativi elevati

ti che da sempre contraddistinguono il sistema sinergico pubblico-privato regionale”.

**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  
PROMOTER 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.



# IL VANTAGGIO DI ESSERE SMART. ANCHE NELLE SCELTE

**ENTE MUTUO PRESENTA AGLI  
IMPRENDITORI E AI LORO DIPENDENTI  
UNA NUOVA E INNOVATIVA FORMA  
DI ASSISTENZA SANITARIA.**



Gli Associati ad Ente Mutuo, in base alla forma di assistenza prescelta, possono contare su una serie di servizi sanitari 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
- Prestazioni di assistenza odontoiatrica h24

## COS'È

**È un'assistenza sanitaria semplice e veloce, destinata agli Imprenditori e Professionisti iscritti alle Associazioni aderenti a Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e alle altre Confcommercio della Lombardia.**

## COME ISCRIVERSI

Per iscriversi alla nuova Forma di Assistenza **SMART Plus** è sufficiente rivolgersi presso la Sede Centrale di Ente Mutuo oppure presso le Associazioni territoriali di Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e presso le altre Confcommercio della Lombardia. Il diritto all'assistenza decorre 36 ore dopo l'iscrizione e ha scadenza il 31 dicembre di ogni anno. All'iscritto verrà consegnata una card nominativa che gli consentirà l'accesso alla rete di strutture convenzionate, con una apposita autorizzazione rilasciata da Ente Mutuo. L'elenco delle strutture Convenzionate, costantemente aggiornato, è pubblicato sul sito [www.entemutuomilano.it](http://www.entemutuomilano.it) nell'area Strutture Sanitarie Convenzionate.

## LE COPERTURE

Gli iscritti possono usufruire di tutte le prestazioni di assistenza ambulatoriale comprese nel Regolamento:

- Prestazioni di assistenza ambulatoriale presso strutture convenzionate a tariffe agevolate;
- Visite mediche specialistiche;
- Diagnostica strumentale (esami radiografici, ecografie, TAC, RMN, MOC, endoscopie, scintigrafie, doppler);
- Analisi di laboratorio;
- Prestazioni odontoiatriche;
- Terapia fisica.

Le prestazioni vengono erogate presso le strutture sanitarie convenzionate di primaria importanza: Case di Cura private, Aziende Ospedaliere, Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS), Centri Diagnostici, Laboratori Analisi Mediche, Studi Odontoiatrici, e Studi Medici, a tariffe agevolate, previa richiesta a Ente Mutuo per l'autorizzazione.

## OPPORTUNITÀ PER I SOCI

Gli iscritti possono accedere a condizioni vantaggiose ad una serie di servizi o all'acquisto di prodotti in ambito sanitario e socio sanitario, grazie ad accordi stipulati da Ente Mutuo con aziende qualificate e validi professionisti.

## PRESTAZIONI DI ASSISTENZA MEDICA 24 ORE SU 24, 7 GIORNI SU 7

La Forma **SMART Plus** prevede una serie di servizi ad alto valore aggiunto, in Italia e all'estero tra cui:

- **Consulenza medica telefonica** (pareri medici, informazioni sanitarie e farmaceutiche, segnalazione centri specialistici);
- **Assistenza medica e a domicilio** (es. invio di un medico, di un pediatra, invio ambulanza, invio di infermiere o fisioterapista);
- **Trasporto sanitario e assistenza in viaggio;**
- **Accesso a Network Assistenza Domiciliare** (es. ricerca babysitter, badante qualificata ecc.).

Per accedere al servizio i Soci dovranno contattare (per l'Italia):

**NUMERO VERDE 800677764**

Appositamente dedicato per le chiamate dall'estero:

**02 24128390**

In caso d'impossibilità nel contattare telefonicamente la Struttura Organizzativa sarà possibile farlo tramite Fax al numero: **02 24128245**

## PRESTAZIONI DI ASSISTENZA ODONTOIATRICA H24

Possibilità di accesso ad un network di studi dentistici su tutto il territorio nazionale con un unico listino agevolato e una serie di servizi collegati.

Per accedere al servizio i Soci dovranno contattare:

**NUMERO VERDE 0080036363737**

## Le altre nostre proposte per la tutela della tua salute



Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi



Assistenza ospedaliera



Assistenza specialistica ambulatoriale; Assistenza ospedaliera ed altri contributi



Assistenza specialistica ambulatoriale; Assistenza ospedaliera più completa ed altri contributi

Per un preventivo gratuito [www.entemutuomilano.it](http://www.entemutuomilano.it)

## 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**

**Bergamo** - Via Borgo Palazzo 137

**Orario sportello:** da lunedì a venerdì 8.45 - 12.00 / 14.15 - 17.00

**Numero di telefono: 035.4120303**

## 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

# La Guida Convenzioni 2021 di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Molti i vantaggi riservati ai soci

*Il sistema delle convenzioni  
rappresenta una possibilità  
di conoscenza reciproca  
e di networking*

Su [www.confcommerciomilano.it](https://www.confcommerciomilano.it) ([https://www.confcommerciomilano.it/it/impresa\\_persona/convenzioni/Guida\\_convenzioni\\_issuu.html](https://www.confcommerciomilano.it/it/impresa_persona/convenzioni/Guida_convenzioni_issuu.html)) è online la nuova Guida Convenzioni 2021 di Confcommercio Milano, Lodi, Monza Brianza in versione digitale. Così da poterla avere sempre a disposizione ed essere sempre aggiornati sulle varie convenzioni e le opportunità offerte (presso le associazioni saranno a disposizione anche copie cartacee).

**Guida Convenzioni 2021**

**Ogni giorno cerchi, trovi e risparmi.**

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

## Guida Convenzioni 2021



confcommercoperle



confcommercio-milano

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](https://www.instagram.com/metromappa.confcommerciomilano.it)  
[convenzioni.impresa@unione.milano.it](mailto:convenzioni.impresa@unione.milano.it)  
 Corso Venezia, 47 • 20121 Milano • Tel. 02 7750372

Il sistema delle convenzioni - attraverso le quali gli associati mettono a disposizione i propri servizi a condizioni vantaggiose per altri associati Confcommercio - rappresenta una possibilità di conoscenza reciproca e di networking.

Il cambiamento delle abitudini e delle necessità a seguito della pandemia ha visto, nell'ultimo periodo, l'offerta delle convenzioni Confcommercio arricchirsi ulteriormente di prodotti e soluzioni dedicati alle prassi anti-Covid19.

In questa nuova edizione della Guida è stato ulteriormente arricchito il pacchetto **#fedeltàmi piace** che, oltre alle condizioni bancarie, offre alle imprese associate da almeno 3 anni interessanti vantaggi.

Le convenzioni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza possono estese anche ai dipendenti delle aziende associate ed essere utilizzate come benefit. Le opportunità sono numerose e coprono diversi aspetti della quotidianità delle persone e delle loro famiglie. Inoltre, lo **Sportello Welfare** di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza è sempre attivo con appuntamenti on line programmati con regolarità ogni mese (o anche più frequentemente).

**Info:** 027750372

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



Paola Generali, presidente di Assintel

## Il Digitale diventi la piattaforma su cui costruire il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

il Digitale diventi la piattaforma su cui costruire il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza. Paola Generali, presidente Assintel, propone "un terzo soggetto di dialogo rappresentato da un tavolo interassociativo con le principali associazioni d'impresa nazionali: sarà loro il compito di esprimere visione, bisogni e richieste, uscendo dalle logiche delle multinazionali e comprendendo l'ecosistema delle piccole imprese, sintetizzando i punti di vista dell'offerta e della domanda digitale in tutti gli ambiti economici e territoriali. Non più, quindi, una politica slegata dalle imprese, ma integrata e in ascolto".

Transizione digitale significa investire bene gli oltre 46 miliardi di euro che arriveranno dal Next Generation UE. Il ministero di Vittorio Colao è purtroppo ancora senza portafoglio, ma avrà - rileva Assintel - un ruolo guida nell'indirizzare le

risorse in modo efficace. Dovrà necessariamente coordinarsi con il MISE di Giancarlo Giorgetti che ha il portafoglio e il potere di intervenire con misure di tipo economico. (SM)

## Assintel al nuovo Governo Ci sono le condizioni per riprogettare il futuro

Il nuovo Governo guidato da Mario Draghi si trova ad affrontare una sfida epocale: far sì che il Paese riesca ad utilizzare i fondi del Next Generation Europe per evolvere davvero. Per il nuovo Governo sarà decisivo l'aspetto di programmazione e governance. Da Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict) il messaggio al rinnovato Esecutivo: ora ci sono le condizioni per riprogettare il futuro,



**ASSINTEL**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
IMPRESE ICT

## Opportunità per le imprese: tirocini extracurricolari finanziati dal Fondo Famiglia Lavoro

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha aderito alla proposta di collaborazione del Fondo Famiglia Lavoro che da tempo sostiene, attraverso la Caritas Ambrosiana, sul territorio della Diocesi di Milano, molte famiglie in difficoltà economica. In particolare, per facilitare i percorsi di riqualificazione professionale, il Fondo propone alle aziende interessate l'opportunità di ospitare tirocinanti per un minimo di 3 fino a un massimo di 6 mesi.



**DiamoLavoro**  
FONDO FAMIGLIA LAVORO

Tutti i costi per la realizzazione del tirocinio (indennità di partecipazione, assicurazioni, costi per la sicurezza, ecc.) sono coperti dal Fondo Famiglia Lavoro. Anche gli adempimenti burocratici sono a carico della struttura del Fondo. (SM)

### Tutte le info su

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
([https://www.confcommerciomilano.it/it/formazione/formazione/per\\_impresetirocinio.html](https://www.confcommerciomilano.it/it/formazione/formazione/per_impresetirocinio.html))

Assopetroli-Assoenergia e Grandi Reti hanno presentato un doppio ricorso al Tar contro il Regolamento per la Qualità dell'Aria del Comune di Milano. Il primo ricorso impugna l'obbligo d'installazione di colonnine di ricarica elettrica su tutti gli impianti di distribuzione carburanti del territorio comunale. Il secondo ricorso è contro il divieto d'installazione



## Assopetroli-Assoenergia e Grandi Reti Contro il Regolamento del Comune di Milano per la Qualità dell'Aria doppio ricorso al Tar

di nuove caldaie alimentate a combustibili liquidi (compresi biocarburanti ed emulsioni) e la messa al bando, dal 1° ottobre 2022, di tutte le caldaie sotto i 3 MW con la stessa alimentazione. (AL)

**Area Innovazione  
Digitale  
di Confcommercio  
Milano, Lodi,  
Monza e Brianza**

LA GIUNGLA DIGITALE NON SI PUÒ AFFRONTARE BENDATI

Contattaci. Ti ascoltiamo.  
Analizziamo le tue esigenze.  
Ti affianchiamo per tutto il percorso.  
Ti consigliamo i fornitori.  
Dal semplice sito vetrina a  
progetti digitali più complessi.

**Servizio gratuito per i Soci.**

**SPIN**  
SPORTELLO  
INNOVAZIONE  
EDI CONFCOMMERCIO

 **Unione**  
CONFCOMMERCIO  
IMPRESSE PER L'ITALIA  
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

spin@unione.milano.it  
027750445 - 3358358924

SPIN CONFCOMMERCIO MILANO TI AIUTA AD  
APRIRE GLI OCCHI SULLE TUE ESIGENZE DIGITALI




## Le opportunità del digitale **SPIN:** supporto concreto alle imprese

La ripresa dall'emergenza sanitaria che tutti attendiamo porterà un ridisegno delle organizzazioni, dei processi, dei modelli di business e il digitale è uno strumento potente che può aiutare in tale percorso. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha creato l'Area Innovazione Digitale come punto di riferimento per favorire la trasformazione digitale delle imprese. La prima ed importante sfida dell'Area da poco creata è stata quella di avvicinare maggiormente al digitale soprattutto i piccoli imprenditori.

"Trasformazione digitale" è, infatti, una definizione densa di significato che, però, può apparire altisonante e forse anche

un po' vaga. Le realtà di medie/grandi dimensioni stanno affrontando il ridisegno dei processi, dei modelli di business, dei comportamenti, (abilitato e integrato dal e con il digitale). Si tratta di organizzazioni che dispongono più facilmente di personale e strutture dedicate.

"Vorrei, ma non ho tempo" è una delle risposte più classiche che il piccolo imprenditore si trova a dover dare, suo malgrado, di fronte alle sfide dell'innovazione. Per dare una risposta a queste esigenze, e trasformare quel "non ho tempo" in un aiuto concreto per accrescere la competitività, l'Area Innovazione Digitale ha dato vita a SPIN, Sportello Innovazione, la cui missione è ascoltare, affiancare e accompagnare le piccole e micro imprese nel loro percorso di trasformazione digitale.

Dalla sua creazione ad oggi SPIN è entrato in contatto con più di 150 piccoli imprenditori, ponendosi come guida e supporto in un mondo che spesso è visto come una vera e propria giungla inestricabile di soluzioni, applicazioni, modelli, operatori.

SPIN, operando in stretta sinergia con tutti i centri di competenza del sistema Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza:

- affianca e assiste le imprese nella delicata fase iniziale di analisi dei fabbisogni di innovazione digitale
- individua le soluzioni migliori, tecniche ed economiche, anche attraverso la ricerca di eventuali bandi e finanziamenti
- mette a disposizione progetti a catalogo o personalizzati
- individua il fornitore più adatto.

SPIN offre, inoltre, un percorso di orientamento gratuito, individuale e personalizzato, dal taglio molto pratico, sui principali temi legati alla trasformazione digitale. In particolare, è stato apprezzato in questi mesi il checkup del sito web: un'analisi molto dettagliata e personalizzata del proprio sito alla quale segue un rapporto che resta di proprietà dell'impresa e che viene commentato dettagliatamente nel corso di una sessione personalizzata in videoconferenza.

### Per saperne di più su SPIN

Contatti: [spin@unione.milano.it](mailto:spin@unione.milano.it)  
tel. 027750401/445 - 3358358924.

Ed è possibile  
inviare un whatsapp  
inquadrando direttamente  
il codice qr qui riportato.



## Università Cattolica-Formaterziario Stage curricolari con il corso di laurea in Economia e gestione aziendale (profilo service Management)

**A**ncora due le finestre disponibili (fino al 26 aprile e 31 maggio/8 luglio) per iscriversi al test d'ammissione del corso di laurea triennale in Economia e gestione aziendale con un piano di studi orientato al profilo in Service Management. Il corso, organizzato dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, in collaborazione con Formaterziario (la nuova denominazione della Scuola Superiore del Commercio, del Turismo dei Servizi e



La partecipazione dello studente all'attività dell'impresa ospitante sarà realizzata secondo modalità differenziate in funzione di specifici piani concordati con l'impresa stessa e le lezioni si svolgeranno presso Formaterziario (viale Murillo 17 - Milano). Le aziende interessate ad accogliere studenti in stage (anche in modalità smart-working) possono contattare il supervisore dei tirocini curricolari, Giorgio Panetta: 0240305348 [giorgio.panetta@scuolasuperiorect.it](mailto:giorgio.panetta@scuolasuperiorect.it). (AL)

delle Professioni) prevede anche lo stage con lo svolgimento di un tirocinio curricolare, senza alcun onere per l'azienda ospitante, della durata minima di 400 ore.



## Formazione finanziata dal Fondo Sociale Europeo con il **Capac Politecnico del Commercio e del Turismo** Preiscriversi ai corsi online



**R**egione Lombardia - formazione finanziata FSE (Fondo Sociale Europeo): le preiscrizioni con il Capac Politecnico del Commercio e del Turismo per i corsi formativi online rivolti a titolari di impresa, dipendenti (esclusi gli apprendisti), lavoratori autonomi, liberi professionisti, soci lavoratori di cooperative. All'impresa viene assegnato un contributo sotto forma di voucher a copertura dei costi di partecipazione per ogni lavoratore coinvolto nella formazione.

L'impresa sostiene la spesa e, successivamente, da Regione Lombardia riceve come rimborso (a seguito di presentazione della fattura quietanzata) fino al 100% del costo del corso frequentato. Per ciascun lavoratore - che può fruire anche di più iniziative formative - l'importo del voucher può arrivare fino a 2.000 euro. Ogni impresa avrà a disposizione un importo massimo di 50.000 euro. (FA)

### I corsi disponibili

- ✓ Food & Hospitality: vincere la crisi (16 ore)
- ✓ Redditività d'impresa per i pubblici esercizi (16 ore)
- ✓ E-commerce: vendere online conviene (32 ore)
- ✓ Social media marketing (32 ore)
- ✓ Brand awareness online (32 ore)
- ✓ LinkedIn for business (32 ore)
- ✓ Gestione aziendale per home stager (48 ore)
- ✓ Home staging: marketing e vendite (32 ore)
- ✓ Innovazione digitale e marketing (32 ore)
- ✓ Neuromarketing e personal branding per gli operatori immobiliari (32 ore)

Per le preiscrizioni contattare il Capac all'indirizzo email: [sara.dellapaolera@capac.it](mailto:sara.dellapaolera@capac.it)

Sostegno di Confcommercio Milano  
Lodi, Monza e Brianza  
nell'azione informativa  
con l'Associazione territoriale  
Confcommercio di Legnano

## Covid A Rescaldina tamponi rapidi nel parcheggio del centro commerciale Ceetrus

**P**revenzione anti-Covid: prosegue la collaborazione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza nel supporto all'azione informativa delle iniziative promosse da Ceetrus Italy – Nh0od per fare il tampone antigenico rapido in modalità drive-in nei parcheggi dei centri commerciali che la società gestisce (vedi *Unioneinforma di gennaio a pag. 9 n.d.r.*). Nel parcheggio del centro commerciale di Rescaldina è possibile effettuare i test rapidi per scoprire se si è positivi al Covid (grazie all'accordo siglato con Medical Desk e con ParkinGo). Il servizio è già attivo in altre località della Lombardia, e può essere effettuato 7 giorni su 7, dalle 7 alle 19, in un'area delimitata e ben segnalata nel parcheggio del centro cui bisogna accedere in



Paolo Ferrè, presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano




# TAMPONE COVID-19

## IN DRIVE-IN

Potrai eseguire:

### → TAMPONI RAPIDI ANTIGENICI

(esito 15 min)

Via Togliatti, 1,  
Rescaldina (MI)



Prenota su [parkingo.com](https://www.parkingo.com)  
o inquadra il QR code

In collaborazione con:




Con il sostegno di:






auto, in totale sicurezza. I risultati del tampone verranno rilasciati dopo 15 minuti. Se il tampone dovesse risultare positivo è possibile effettuare in loco anche quello molecolare.

Per prenotare il tampone è possibile farlo online all'indirizzo: <https://www.parkingo.com/it/test-rapido-covid-centri> e pagare con bancomat, carta di credito o PayPal.

Il servizio segue quelli già attivati, nei nostri territori, a Milano all'interno della Smart Clinic - Gruppo San Donato - presso il Centro Commerciale Porte di Milano (Cesano Boscone) e a Vimodrone.

L'iniziativa di Ceetrus Italy – Nh0od al parcheggio del centro commerciale di Rescaldina è promossa con l'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano. "Ci stiamo attivando per un'informazione diffusa – afferma Paolo Ferrè, presidente della Confcommercio di Legnano – perché la prevenzione è molto importante. Il periodo di grande incertezza che stiamo vivendo, pur nelle tante difficoltà che quotidianamente le attività del terziario affrontano, accresce la nostra partecipazione e rafforza il senso di responsabilità".

Ciclo di eventi online il mercoledì

# Il digitale che verrà Gli incontri di PRO4ICT

**S**ostenibilità, Innovazione, mercato del lavoro e dei servizi, professioni e competenze Ict. Sono questi i temi del ciclo di cinque incontri in video-conferenza (il primo a breve, il 24 marzo) che PRO4ICT, l'Associazione nazionale professionisti Ict ha in programma sino alla fine di giugno.

Sul "palco digitale" di PRO4ICT si alterneranno, a fianco del presidente Stefano Tazzi, ospiti di rilievo che, stimolati dalle sue domande, rifletteranno sulla trasformazione epocale che stanno vivendo imprese, individui e società e che vede i professionisti digitali e Ict tra gli attori principali di questo cambiamento. (PCP)



**Stefano Tazzi,  
presidente  
di PRO4ICT**



## PRO4ICT incontra... Ecco gli appuntamenti

- ✓ mercoledì 24 marzo  
*Professioni e competenze nella nuova normalità*
- ✓ mercoledì 7 aprile  
*Il nuovo mercato dell'Ict e del digitale in Italia, in Europa e nel mondo*
- ✓ mercoledì 21 aprile  
*Prospettive e cambiamenti nel mercato del lavoro delle professioni Ict*
- ✓ mercoledì 19 maggio  
*Digitale e sostenibilità*
- ✓ mercoledì 16 giugno  
*Innovare davvero*

## Federmobili e Assarredo Infografica per promuovere il Bonus mobili 2021

Federmobili Concommercio e Assarredo FederlegnoArredo hanno proposto un'infografica (foto) dedicata al bonus mobili 2021 - con riassunti i passi utili per poter accedere al bonus e le sue caratteristiche principali - collegata ad una pagina web contenente tutte le specifiche e le indicazioni dettagliate.

L'infografica è rivolta a tutte le aziende del settore arredo, della produzione e della distribuzione.

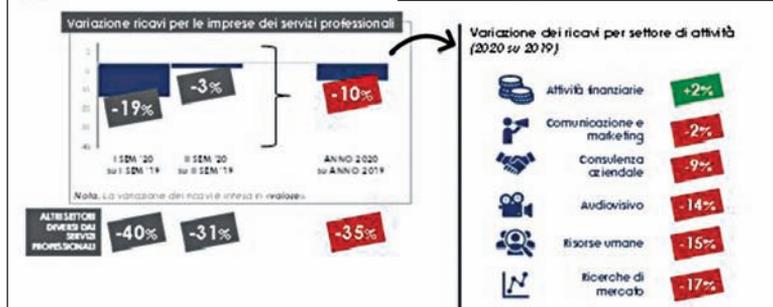


## Osservatorio economico dei servizi professionali all'impresa

**Fig 1. Fiducia delle imprese per l'andamento della propria attività.**



**Fig 2. Andamento dei ricavi.**



**N**uovi dati d'aggiornamento con l'Asseprim Focus, l'Osservatorio economico di Asseprim sui servizi professionali all'impresa realizzato con Format Research.

“Nella seconda parte del 2020 abbiamo assistito ad un lieve recupero del clima di fiducia presso le imprese dei servizi professionali – spiega Umberto Bellini, presidente di Asseprim – che ‘tengono’ sul fronte ricavi: siamo al di sotto del periodo pre-Covid, ma il colpo subito nel primo lockdown sembra essere stato riassorbito. La situazione resta comunque ancora difficile: alla fine del 2020 solo un quarto delle imprese dichiarava di aver già recuperato interamente il terreno perduto nel corso della crisi. E, al di là dei fatturati, ciò che preoccupa ancora è la situazione della liquidità”. Lo scoppio della pandemia Covid è coinciso con l'impennata della tendenza delle imprese a ricercare partner sul mercato. Un trend ancora in aumento nella seconda metà dell'anno. La ricerca di partner risponde ad esigenze legate alla tenuta finanziaria delle imprese. Nel complesso, la tendenza a recuperare il terreno perduto nei mesi passati ha innalzato il livello medio di produttività aziendale.

Nelle vision aziendali non sembra ad ogni modo esserci spazio per un incremento degli organici nei prossimi mesi: cala, infatti, l'indicatore dell'occupazione, pur restando molto al di sopra della media. Il contesto di crisi generalizzata incide specialmente sul segmento più giovane del mercato del lavoro: solo il 10% delle imprese ha assunto under 35 negli ultimi sei mesi. Tra coloro che non l'hanno fatto, il 30% ha evitato a causa della congiuntura economica. Anche in vista dei prossimi mesi è bassa la quota di imprese che intendono assumere personale under 35 (solo il 5%). La tendenza a farlo triplica solo a fronte di incentivi e agevolazioni. In linea

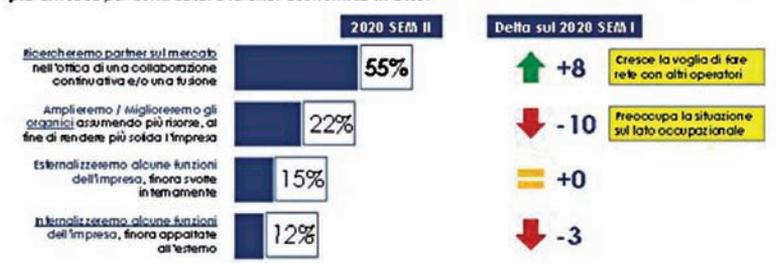


**Umberto Bellini, presidente di Asseprim (la Federazione dei servizi professionali per le imprese)**

generale, il calo delle nuove assunzioni è dovuto in parte al blocco dei licenziamenti che tuttavia ha inciso ancor di più sui costi fissi delle imprese (è così per il 79% degli operatori del settore). La sospensione del blocco dei licenziamenti rischia di ridurre significativamente gli organici nel settore: in questo 2021 lo shock potrebbe essere pari al -10%.

## Asseprim Focus Risale il clima di fiducia ma preoccupa la liquidità Crescono gli investimenti nel digitale

**Fig 3. Volgendo uno sguardo al futuro, la Sua impresa ha in programma azioni per strutturarsi in modo più efficace per contrastare la crisi economica in atto?**



Riguardo all'organizzazione aziendale il 47% delle imprese che hanno attivato lo smart working intende continuare anche dopo l'emergenza sanitaria. Lo smart working comporta un'ottimizzazione dei costi fissi per il 58% delle imprese. Al contempo, il 38% incontra difficoltà nella gestione dei collaboratori. In questo contesto, lo smart working rivoluziona i criteri di valutazione dei collaboratori: il 12% delle imprese ha introdotto sistemi di premialità per obiettivi durante la crisi (il 16% già lo faceva). Il 25% intende dotarsene in futuro. Quest'anno il 68% delle imprese ha intenzione di investire in digitale: +41% rispetto ai programmi pre-Covid. Le imprese dei servizi professionali prevedono di investire in media circa il 5% sul totale del fatturato in trasformazione digitale.

Con il recente webinar “Immobili di nuova costruzione” – Preliminari trascritti, indicazioni operative e buone prassi per la contrattazione a tutela delle parti - FIMAA Milano Lodi Monza Brianza, assieme al Consiglio notarile di Milano, ai costruttori aderenti ad Assimpredil Ance MiLoMB e ad Assocond-Co.Na.F.I., ha spiegato quali siano le implicazioni nella compravendita di un'abitazione in costruzione a seguito del nuovo Codice della crisi di impresa del 2019 e quali siano le prassi per meglio rispondere a tali cambiamenti. Durante il webinar sono stati presentati i risultati di un tavolo di consultazione promosso dagli agenti immobiliari, rimasto aperto per quasi due anni alle associazioni coinvolte, e che ha prodotto delle linee guida operative per ciascuno dei professionisti coinvolti in questo tipo di operazioni (*sulle buone prassi vedi anche Unioneinforma di gennaio a pag. 23 n.d.r.*).

Comprare un immobile in fase di costruzione è da sempre un'attività più rischiosa rispetto alla compravendita del bene finito, reale e tangibile. Per cercare di mitigare il rischio insito in questo tipo di compravendite, il legislatore è appunto intervenuto nel febbraio del 2019, approvando il nuovo Codice che, con particolare riferimento all'immobiliare e all'acquisto di immobili di nuova costruzione, ha introdotto alcuni obblighi volti a rendere le operazioni di questo genere più sicure e certe.

In estrema sintesi, a cambiare maggiormente è stato il ruolo dei notai che vengono chiamati in causa già dalle prime fasi dell'acquisto, e non solo più dal rogito, e a cui spetta il compito di stilare, registrare e trascrivere anche il preliminare di compravendita. Ma non mancano certo i problemi. Mediamente, negli ultimi anni, le compravendite di immobili residenziali in fase di realizzazione hanno riguardato il 15% circa del totale. Se ci si riferisce al 2019, ultimo anno nel quale i dati consuntivi sono disponibili e, soprattutto, non condizionato dalle conseguenze Covid, ci si riferisce a circa 75mila compravendite su un totale che si aggira attorno alle 500mila.

Con le nuove norme a tutela degli acquirenti, che coinvolgono i notai quasi appena dopo che il potenziale cliente ha varcato la soglia dell'agenzia, la possibilità che i diversi professionisti coinvolti finiscano per sovrapporsi è concreta. Basti pensare, ad esempio, alle difficoltà operative per un notaio nel partecipare alle trattative. Oppure al fatto che, in caso di abitazioni in fase di costruzione, i dati che i notai dovranno validare e poi utilizzare per compilare il preliminare che andrà registrato devono, comunque, arrivare dal costruttore o dall'agente incaricato della vendita. O, ancora, i capitoli e le tabelle millesimali dovrebbero essere doppi: in fase di contrattazione e di negoziazione preliminare, per poter trascrivere l'atto, e al rogito.



## Buone prassi per le compravendite di case in costruzione

### Il webinar con FIMAA Milano Lodi Monza Brianza notai e costruttori

Proprio per affrontare queste difficoltà pratiche FIMAA Milano Lodi Monza Brianza si è fatta promotrice del tavolo di confronto. L'obiettivo? Individuare le linee guida operative e le buone prassi per la contrattazione a tutela di tutte le parti coinvolte. Cioè: venditore e compratore in primis, ma anche tutti i professionisti al lavoro per chiudere l'acquisto, nel rispetto dei relativi compiti e a tutela del lavoro e della professionalità di ciascuno.

Nonostante i rallentamenti provocati dall'emergenza sanitaria, il tavolo ha proseguito il proprio lavoro giungendo a un risultato condiviso molto importante. Quello promosso da FIMAA Milano Lodi Monza Brianza è peraltro di un unicum che potrebbe essere esteso a livello nazionale e potrà fungere anche da modello a iniziative analoghe di altre associazioni locali di professionisti del settore.

In primo luogo è emerso come il contratto preliminare debba essere il frutto di un lavoro a tre mani condiviso tra costruttore, mediatore se diverso dal costruttore stesso, e notaio. Inoltre, secondo il Consiglio Notarile di Milano, prima di giungere alla sigla del contratto preliminare, è legittimo che le parti in causa firmino un accordo di puntuazione. Si tratta di

## Compravendita e valorizzazione del patrimonio immobiliare d'epoca e storico Protocollo d'intesa FIMAA Milano Lodi Monza Brianza e Assocastelli per corsi di formazione dedicati ad agenti immobiliari home stager e home stylist

**C**orsi di formazione condivisi e dedicati agli agenti immobiliari e alle altre figure professionali collaterali come home stager e home stylist. Lo prevede il protocollo d'intesa tra FIMAA Milano Lodi Monza Brianza e Assocastelli. L'obiettivo è quello di promuovere le attività di valutazione, di compravendita e di valorizzazione del patrimonio immobiliare d'epoca e storico d'Italia.

L'accordo, messo a punto grazie a Gennaro Colangelo, coordinatore di Avvocati del patrimonio, e Beatrice Zanolini, direttore di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza, può essere esteso anche ad altre realtà territoriali di FIMAA con le medesime modalità operative, e coinvolge docenti esperti del settore.

Per l'attuale situazione con le restrizioni anti-Covid i progetti formativi verranno erogati con modalità online, ma, non appena sarà possibile, l'obiettivo del Protocollo d'intesa tra FIMAA Milano Lodi Monza Brianza e Assocastelli è quello di fare rete, di potenziare un network di operatori che possano interagire, incontrandosi direttamente in alcune tra le location storiche di proprietà di soci Assocastelli. Ai partecipanti saranno messi a disposizione anche strumenti aggiuntivi come l'adesione al Network Assocastelli Real Estate, potendo anche fornire ai propri clienti tutte le modalità di accesso all'Heritage Bonus, il fondo di Assocastelli appositamente istituito per il sostegno agli interventi di restauro.

Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza e Ivan Drogo Inglese, presidente di Assocastelli e



**Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza (e vicepresidente Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza)**

una dichiarazione d'intenti la quale, pur non essendo vincolante, fotografa lo stato delle trattative in corso, stabilisce le condizioni commerciali e fissa, entro una certa data, l'impegno delle parti a stipulare il preliminare e a registrarlo. La seconda prassi giudicata legittima dai notai milanesi è

Assopatrimonio, spiegano com'è nata l'idea di questa sinergia rispetto ad un segmento di mercato significativo anche a livello di patrimonio culturale ed artistico. "Il settore degli



**Ivan Drogo Inglese, presidente di Assocastelli e Assopatrimonio**

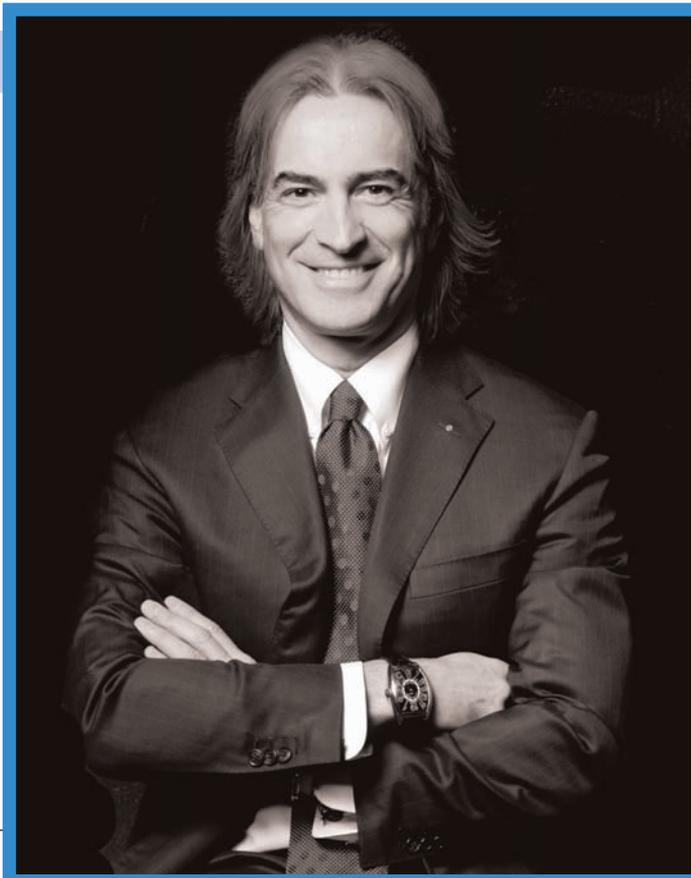
immobili d'epoca o di interesse storico – afferma Albanese – necessita di competenze specifiche e ad alto valore aggiunto che spaziano su tutti i fronti: da quello giuridico e fiscale a quello urbanistico, ma non solo. Trattare un immobile d'epoca richiede anche conoscenze e cultura a più ampio spettro, sensibilità e attenzione anche nei confronti del contesto in cui il bene è inserito". "Occuparsi di immobili di questo tipo – prosegue Albanese – significa inoltre conoscerne la storia e saperne valutare le potenzialità rispetto alla sua eventuale trasformazione, preservandone tutte le caratteristiche e nel rispetto dei vincoli ai quali è sottoposto. Per questo noi di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza abbiamo voluto strutturare – in sinergia con Assocastelli – un percorso che possa permettere ai nostri associati di acquisire tutte le competenze necessarie per valutare, commercializzare e valorizzare questi prodotti che rappresentano un segmento particolarmente significativo per l'intero settore immobiliare. Basti pensare che nel 2019, prima del Covid, gli immobili d'epoca e storici oggetto di compravendita in Italia sono stati 60.000. Nel nostro Paese esiste una vasta gamma di immobili che rientrano in questo settore: dalla casa d'epoca a interi borghi, ville e castelli, ma anche rustici in contesti agricoli, e molti di questi beni sono in sofferenza e necessitano, perciò, di essere riqualificati".

"Assocastelli nasce nel 2015 dall'intuizione di creare un'organizzazione che non perseguisse la salvaguardia e la tutela del patrimonio bensì la valorizzazione: la differenza è sostanziale – dichiara il presidente Ivan Drogo Inglese – Le prime attività, infatti, si indirizzano verso una sorta di conservazione di un patrimonio che, invece, secondo noi, deve essere necessariamente sostenibile, cioè profittevole. Saranno organizzati momenti formativi 'alternativi' come lezioni di bon ton e relazioni diplomatiche, se così si può dire. Perché, in questo settore più che in altri, la prima impressione conta molto. Sapersi presentare in qualsiasi occasione, avere un approccio adeguato: anche questa è formazione. Ecco perché i corsi sono stati pensati anche con fini relazionali".

quella di sottoscrivere un mandato, o una procura, a un soggetto terzo che sia gradito da entrambe le parti in gioco (venditore e acquirente) che autorizza tale soggetto, nel caso accertato di inadempienza o di inerzia dell'acquirente, a prestare il consenso alla cancellazione della trascrizione. Di fatto liberando il venditore dagli obblighi verso il compratore mancato e rimettendo sul mercato il bene immobiliare rimasto invenduto non per propria responsabilità e bloccato per un triennio a seguito della trascrizione.

*Sotto l'egida di Assomoda*

## Mercato, fisco, ristori ricambio generazionale I temi affrontati dal Coordinamento nazionale degli agenti moda e sport



**P**rima riunione per il Coordinamento nazionale agenti moda e sport con la presenza dei vertici delle principali associazioni operanti nel settore della distribuzione: da Moda e Sport Piemonte a Moda&Sport Lombardia, da NIAM a Best Showroom, sotto l'egida di Assomoda.

Di seguito la composizione del Coordinamento: Maurizio Governa, Camillo Calloni e Franco Pizzo per Moda e Sport Lombardia; Massimo Billi, Claudia Bosco e Luca Gastaldi per Moda e Sport Piemonte;

Giulio di Sabato, Wivian Bodini e Toni Papa per Best Showroom; Giorgio Magello, Luca Bagnoli e Marco De Albertis per NIAM.

Numerosi i temi trattati tra i quali l'aggravarsi della situazione economica dovuta alla sospensione dell'attività dei retailer con pesanti conseguenze per l'intero settore la cui filiera genera complessivamente un fatturato di 67 miliardi di euro (-27,5% del giro di affari del 2019).

Agenti e titolari di showroom devono anche scontare la stagionalità del settore moda, il che si traduce concretamente nel fatto che essi lavorano oggi per riscuotere le provvigioni tra 18 mesi. Per il Coordinamento si sarebbe dovuta modificare la logica che ha finora prevalso nell'assegnazione dei ristori, vale a dire la comparazione tra fatturati 2019/2020, e considerare che solo nel 2021 gli agenti dovrebbero ottenere il compenso provvigionale del 2019.

Grazie all'iniziativa del Coordinamento con il supporto di



**Giulio Di Sabato, presidente di Assomoda e Best Showroom e componente del Coordinamento nazionale degli agenti moda e sport**

Confcommercio, Regione Lombardia ha stanziato oltre 18 milioni di euro per i lavoratori autonomi non contemplati dalle misure del Governo. Anche gli intermediari del commercio di prodotti tessili, abbigliamento e calzature, come confermato dall'assessore regionale allo Sviluppo economico Guido Guidesi, hanno potuto beneficiare della misura "SI! Lombardia- Sostegno Impresa Lombardia".

Altro tema all'attenzione del Coordinamento Nazionale degli agenti moda e sport è stato il fisco: in particolare i beni strumentali come l'auto, la cui disciplina fiscale non tiene conto dei cambiamenti intervenuti negli anni. Sono insufficienti la deducibilità dell'80% e il tetto massimo di 25.882 euro. Nella prima riunione del Coordinamento si è inoltre parlato del mancato ricambio generazionale nel comparto commerciale e di quanto siano necessari aiuti e agevolazioni per i giovani assunti con contratto di lavoro. Mentre per coloro che iniziano un'attività autonoma si chiedono vantaggi fiscali e nuovi percorsi formativi specialistici che li aiutino ad accedere al mercato della moda, estremamente selettivo.

Infine, il Coordinamento ha deciso di presentare una richiesta a Enasarco (l'ente di previdenza integrativa degli agenti e rappresentanti di commercio) per un'equa valutazione del periodo della pandemia ai fini dell'attribuzione dell'assegno pensionistico.

Il Consiglio Nazionale di Fto – Federazione Turismo Organizzato - ha eletto Franco Gattinoni come presidente della

Federazione. Il presidente uscente Luca Patanè affianca Stefano Dall'Ara nel ruolo di vicepresidente.

FTO (fondata nel 2008: inizialmente era composta da 19 soci) conta oggi oltre 60 soci nazionali.

Nel fare il bilancio del difficile periodo trascorso per l'emergenza Covid, Patanè ha ricordato il supporto di Confcommercio rilevando come si sia "trovato nell'associazione la casa dove unirvi per affrontare insieme un momento difficilissimo per le nostre aziende, senza precedenti".

"Con il Manifesto del Turismo Italiano – sottolinea il neopresidente Franco Gattinoni - abbiamo fatto conoscere alle istituzioni il ruolo, il peso e il valore delle agenzie di viaggio e del turismo organizzato. Si è trattato di un'importante iniziativa di comunicazione congiunta che ha coinvolto imprese e associazioni della distribuzione e della produzione".

In previsione dello scenario che si sta prefigurando in questo 2021 sono in programma da



*Franco Gattinoni, nuovo presidente di FTO (Federazione Turismo Organizzato)*



## FTO (Federazione Turismo Organizzato) Franco Gattinoni nuovo presidente

parte di FTO iniziative per essere al fianco delle agenzie e del comparto turistico. Priorità verrà data alle azioni che consentiranno alle imprese della filiera di essere traggiate in sicurezza in un'era post Covid che sarà diversa per i cambiamenti nelle abitudini dei viaggiatori e nei modelli di business.

"Serviranno sostegni economici – prosegue Gattinoni - ma sarà fondamentale disegnare anche un percorso condiviso per ripartire con le nostre attività. La credibilità istituzionale e il peso politico guadagnati non possono che rappresentare una base di partenza per il futuro, nel quale rafforzare il gioco di squadra con le altre associazioni e intensificare il lavoro di rappresentanza associativa a livello politico e istituzionale".

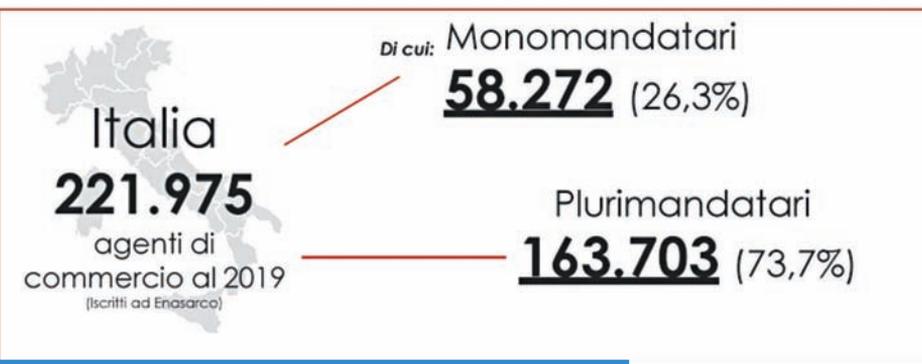
"Ma serviranno anche innovazione, formazione e presenza sul territorio, elementi fondamentali per ripartire e affrontare le nuove sfide del futuro. La Federazione deve muoversi contemporaneamente su scala nazionale, locale ed internazionale" afferma Gattinoni.

E ancora: sicurezza, affidabilità, professionalità, competenza e rispetto delle regole, il contrasto all'abusivismo e – rileva FTO - costruire una comunicazione al cliente finale distintiva che consentirà di riprendere quote di mercato di clienti fai-da-te o in mano a operatori che non forniscono le stesse tutele.

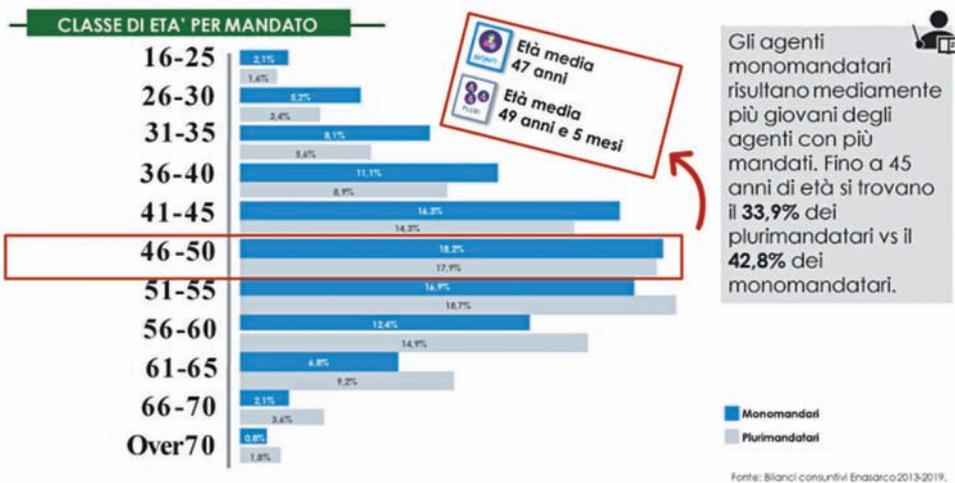
"E' indispensabile lavorare sui progetti per la ripartenza del settore, mettendo al centro il turismo organizzato e conferendogli un ruolo da protagonista nel rilancio del turismo italiano". FTO "grazie alla forza e all'impegno dei suoi soci - conclude il neopresidente Gattinoni - potrà guidare questa rinascita". (SM)

*I dati della seconda ricerca con Format Research*

**Il mondo degli agenti di commercio | Mono o plurimandatari.**



**Il mondo degli agenti di commercio | Mono o plurimandatari per età.**



Fonte: Bilanci consuntivi Enasarco 2013-2019.

meno e comprendere l'impatto sull'attività dell'agente di commercio. "Dinanzi al progresso non è possibile opporsi ed è quanto mai pericoloso far finta di nulla", scrive nell'introduzione alla ricerca il presidente di Fnaarc Alberto Petranzan. L'obiettivo della ricerca è fotografare l'evoluzione della figura dell'agente di commercio e il ruolo ricoperto nel mercato analizzando l'impatto dell'e-commerce sulla categoria, con un focus sulle politiche adottate dalle imprese mandanti.

**Fnaarc: l'impatto dell'e-commerce e le prospettive per gli agenti di commercio**



*Alberto Petranzan, presidente Fnaarc: riconoscimento del ruolo svolto nelle vendite online*

**Alberto Petranzan, presidente di Fnaarc**

L'e-commerce sta modificando in profondità lo scenario economico: Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio, ha realizzato con Format Research la sua seconda ricerca – con una prefazione del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - per conoscere a fondo questo fenomeno

raccolgono oltre il 53% di tutti gli agenti e rappresentanti in Italia. La categoria degli agenti presenta un'età media elevata: circa 49 anni.

**Gli agenti e rappresentanti di commercio in Italia**

La ricerca parte dal numero degli agenti e rappresentanti di commercio evidenziando alcuni dati: in Italia, nel 2019, gli agenti erano 221.975, quasi 32mila in meno rispetto al 2013 (-12,6%). Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Lazio e Piemonte rac-

**Ruolo fondamentale degli agenti per la ripresa** - “Gli agenti e i rappresentanti di commercio svolgono un ruolo fondamentale per lo sviluppo dell’economia italiana, basata soprattutto sulla piccola e media impresa – sottolinea Petranzan – In un mercato in costante evoluzione, e al tempo stesso segnato dalla crisi economica, la nostra intermediazione sarà sempre più necessaria per la ripresa. Noi di Fnaarc siamo agenti e rappresentanti di commercio impegnati nella difesa e nello sviluppo della categoria”.



L'Italia resta comunque indietro (al 19° posto) nella top 20 mondiale dell'e-commerce che vede in testa Cina e India.



**L'e-commerce e le imprese mandanti** - In questo scenario in progressiva evoluzione qual è il rapporto tra e-commerce e imprese? Delle imprese mandanti intervistate, il 23% ha dichiarato di vendere tramite e-commerce, e il 47,5% di queste ha dichiarato che le attività di e-commerce si integrano con le attività della rete di vendita.

**Riconoscere le provvigioni anche attraverso i canali online** - Petranzan sottolinea un'importante criticità: riconoscere agli agenti le provvigioni per tutti gli affari conclusi, anche attraverso i canali online.

**L'e-commerce nel nostro Paese** - Dall'analisi dell'e-commerce risulta un tasso di penetrazione degli acquisti online in costante crescita nel nostro Paese (+315% dal 2000): 55 milioni gli utilizzatori di Internet. Inoltre, la pandemia Covid sta avendo grandi conseguenze con un incremento stimato del +55% nel 2020. Dal 2008 al 2019 il numero degli "users" (coloro che hanno fatto almeno un acquisto online durante l'anno) è raddoppiato: +104,2%.

“Gli agenti di commercio con la propria azione sul territorio facilitano la vendita online dei prodotti e dei servizi dell'azienda con cui collaborano, senza però ricavare il giusto compenso dal loro lavoro. Si tratta di un enorme danno e di

▶▶▶ segue da pag.29 ▶▶▶

un'ingiustizia nei nostri confronti", spiega il presidente di Fnaarc. "Bisogna intervenire in sede normativa per riconoscere agli agenti tutte le provvigioni per tutti gli affari conclusi direttamente dalle aziende mandanti nella zona di competenza dell'agente, quindi anche quelli conclusi attraverso i canali online" rileva Petranzan. Nell'ambito del legame tra e-commerce e l'agente di commercio, quest'ultimo assume sempre più

il ruolo di consulente. Eppure, tra le imprese che ritengono che la rete tradizionale abbia un ruolo rispetto alle vendite online, solo il 37% formalizza un riconoscimento economico per l'agente; il 40,8% degli agenti "lamenta il fatto che la consulenza non gli venga riconosciuta economicamente quando gli acquisti sono effettuati sul web".

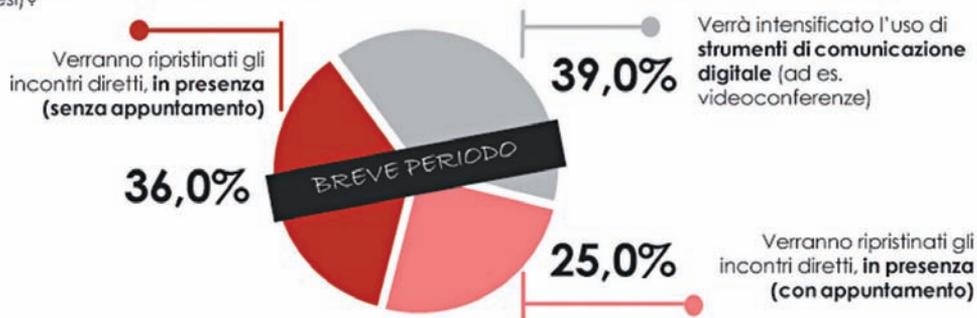
**La vendita tradizionale resiste** - Allo stesso tempo, l'agente di commercio

rimane una figura indispensabile per l'attività. L'89% delle imprese intervistate ritiene che la vendita tradizionale non verrà sostituita completamente dall'e-commerce e soltanto l'11% delle imprese reputa che se si privasse dei propri agenti (ma potenziasse l'e-commerce) i ricavi aumenterebbero. Anzi, per il 72,5% delle imprese la totale assenza di agenti scoraggerebbe gli acquirenti desiderosi di provare il prodotto prima dell'acquisto.

Purtroppo, a causa del lockdown, il 65,8% degli agenti si è visto annullare oltre il 50% degli appuntamenti; sei agenti su dieci temono un peggioramento degli affari nei prossimi mesi.

### Le nuove modalità di interazione nel BREVE PERIODO | Solo il 36% di imprese ritengono che nei prossimi sei mesi potrà tornare ad interagire con i propri agenti «in presenza» senza appuntamento.

L'emergenza sanitaria ha portato ad **una modifica delle modalità di interazione tra imprese mandanti e agenti di commercio**. A tal proposito, Lei cosa pensa che accadrà **nel breve periodo** (prox tre-sei mesi)?



Fonte: Indagine di follow up post Covid2020.

**Maggiore utilizzo dei social** - Proprio per sopperire a queste criticità, gli agenti sentono di aver bisogno di una formazione più specifica, di un maggior utilizzo dei social e di divenire più rapidi. È in aumento la percentuale di agenti che ritengono l'e-commerce possa diventare un'opportunità per lo stesso agente, sebbene esista il rischio che un rivenditore al quale l'agente ha illustrato un prodotto poi lo acquisti direttamente sul web. Nell'era di Internet il cliente si aspetta di rice-

### Il rapporto tra l'attività di e-commerce e la rete tradizionale | Sul 23,0% delle imprese che vendono anche online, il 47,5% ha dichiarato che le attività di e-commerce si integrano con le attività della rete di vendita.

L'attività di **e-commerce** che svolge all'interno della sua impresa, **si integra** con l'attività svolta dalla sua rete di vendita? (Analisi effettuata sul 23% delle imprese che hanno dichiarato di vendere tramite e-commerce)



Fonte: Osservatorio Fnaarc2020.

vere risposta in tempi brevi e di poter contattare l'agente non solo telefonicamente. In grande aumento, dunque, gli agenti che impiegano almeno un social network per promuovere la loro attività; oltre alle email, Facebook, LinkedIn, Whatsapp, Instagram e Twitter sono i media più utilizzati.

*Il cordoglio di Confcommercio Milano con il Coordinamento della filiera agroalimentare*

## Ricordo di Luigi Currenti riferimento per le Offerte risparmio nei mercati coperti milanesi

**C**ordoglio del Coordinamento della filiera agroalimentare di Confcommercio Milano e vicinanza ai familiari per la scomparsa di Luigi Currenti, uno dei pionieri dell'associazionismo che ha ricoperto per tanti anni la carica di presidente della Comerica, il gruppo di acquisto dei Mercati Rionali Coperti milanesi.

Nell'Associazione Mercati Rionali Coperti Currenti è stato il riferimento indiscusso delle Offerte risparmio: quei panieri di convenienza di prodotti alimentari proposti in più fasi dell'anno ai consumatori.

Di Luigi Currenti vanno anche ricordati gli incarichi ricoperti in Assofood (l'Associazione del dettaglio alimentare) e, a livello nazionale, nella Fida (la Federazione Confcommercio dei dettaglianti alimentari).



Luigi Currenti

## Sangalli: ha saputo cogliere la centralità del consumatore

**“L**a filiera agro-alimentare milanese ha dato negli anni i natali sindacali ad alcuni personaggi davvero straordinari, per personalità, idee e generosità. Indiscutibilmente, Luigi Currenti è stato uno di questi – ricorda il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - *Pioniere nella valorizzazione dei mercati rionali coperti, Luigi ha inventato e introdotto le 'offerte risparmio', cogliendo la centralità del consumatore e l'importanza di un'offerta capace di far leva proprio sulla particolarità di una rete commerciale al dettaglio di qualità e convenienza. Luigi sapeva cogliere il meglio della storia del proprio comparto, anticipando, però, di molto quelli che sarebbero stati trend degli anni a venire. E, come ho avuto modo di dire anche a suo figlio Fabio, lo ha sempre fatto con un entusiasmo e una genuinità che rendono impossibile non pensare a lui - anche in questo momento di dolore e perdita - con un sorriso di simpatia e un pensiero di riconoscenza.*”

## Più di 941mila euro di rifinanziamento per i Distretti del Commercio lombardi La decisione della Giunta regionale

**L**a Giunta di Regione Lombardia, su proposta dell'assessore allo Sviluppo economico Guido Guidesi, ha deliberato il rifinanziamento, con oltre 941mila euro, dei Distretti del commercio (misura "Distretti del Com-

mercio per la ricostruzione economica territoriale urbana"). Lo stanziamento servirà per assegnare i contributi richiesti a tutti i progetti ammessi che non avevano ricevuto il finanziamento a causa dell'esaurimento delle risorse disponibili. Per la Città Metropolitana di Milano e la Provincia di Monza Brianza sono interessati al rifinanziamento i Comuni di Zibido San Giacomo, Cinisello Balsamo, Monza, Usmate Velate e Cornate d'Adda. (AL)

## Cinisello Balsamo: i premiati di "Natale in vetrina"

**C**inisello Balsamo: consegnati dal Comune i premi ai sei vincitori della seconda edizione del concorso "Natale in vetrina". Il "Panificio Colombo" di via Libertà ha ricevuto il Trofeo Speciale "Natale in Vetrina", appositamente creato dall'artista cinisellese Silvano Vismara (trofeo che passa, di anno in anno, nelle mani del vincitore). A premiare il sindaco di Cinisello Giacomo Ghilardi con il vicesindaco Giuseppe Berlino (che ha delegato a Commercio e attività produttive).

Il concorso, partito lo scorso dicembre e concluso il 6 gennaio, è un'iniziativa dell'Amministrazione comunale e vede la collaborazione dell'Associazione territoriale Confcommercio di Sesto San Giovanni (Delegazione Cinisello Balsamo).

Dopo i 110 voti del Panificio Colombo, è stato premiato, a un solo punto di distanza, il "Bar al portico Motta" di via San Paolo; a seguire "HairMania" di viale Rinascita; "La Perla" in piazza Gramsci e la "Corte di Napoleone" di via Monte Grappa. La targa speciale per il miglior presepe esposto è stata consegnata all'agenzia viaggi "Le Gabbianelle" di via Garibaldi.

## Lodi e Basso Lodigiano La promozione di "Ordina in Cloud"

**C**onfcommercio Lodi e l'Associazione territoriale del Basso Lodigiano, con la collaborazione di Team System, propongono la convenzione stipulata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per iscriversi alla App marketplace Ordina in Cloud <https://www.ordinaincloud.it/>, iniziativa per sviluppare modalità operative che possano aiutare gli operatori commerciali non solo durante quest'emergenza Covid, ma a meglio intercettare i cambiamenti di un mercato in evoluzione. Ordina in Cloud è l'App marketplace dedicata a negozi e ristoranti che permette di vendere online e ricevere ordinazioni in sicurezza senza limiti e costi di commissione sulle vendite. La App è pensata per chi non è ancora sicuro di voler aprire un canale e-commerce o di creare una propria app personalizzata. (FA)



## Sconti e promozioni con Ente Mutuo Regionale: le opportunità 2021



Nel corso del 2021, per tutti i nuovi soci di Ente Mutuo Regionale (l'Ente di assistenza sanitaria integrativa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza), sarà applicata una riduzione del 20% sul valore del contributo annuo (pagamenti effettuati in dodicesimi che decorrono dal mese di iscrizione). Da settembre lo sconto sarà applicato sia sui mesi residui del 2021, sia sul contributo annuale del 2022. Per i soci Confcommercio Milano, Lodi,

### Informazioni:

[www.entemutuomilano.it](http://www.entemutuomilano.it)  
iscrizioni@entemutuomilano.it  
telefono: 02 7750950

Monza e Brianza non iscritti ad Ente Mutuo, ma segnalati dalle associazioni per il particolare rapporto di fedeltà (anzianità associativa, erogazione di servizi a pagamento) è prevista l'assegnazione gratuita della tessera Smart. Per i titolari di impresa già iscritti ad Ente Mutuo che presentano un nuovo socio nel corso di quest'anno è confermato il bonus del 30% del valore dei contributi versati dal nuovo socio: bonus che sarà ripartito al 50% sui contributi dovuti dal socio "presentatore" per i successivi anni 2022 e 2023. Per tutto il 2021 la tessera Smart Plus è promossa al costo di 80 euro. Per i soci 50&Più è previsto uno sconto del 10% sulla tessera Smart Plus.

## Accordo quadro tra Fipe e Afidamp: prezzi agevolati nel 2021 per la fornitura di materiali per la pulizia e la sanificazione dei pubblici esercizi

L'emergenza sanitaria colpisce duramente il comparto dei pubblici esercizi e ha reso indispensabili le operazioni di pulizia e igienizzazione dei locali delle

attività commerciali di ristorazione. Gli operatori dei pubblici esercizi osservano regole severe per la tutela di clienti e dipendenti: per dare loro maggiore supporto Fipe Confcommercio (Federazione italiana dei pubblici esercizi) e Afidamp (Associazione fornitori italiani attrezzature macchine prodotti e servizi per la pulizia) hanno sottoscritto un accordo quadro per facilitare la fornitura di materiali e prodotti per la sanificazione e la pulizia straordinaria e ordinaria dei locali a prezzi agevolati nell'intero 2021. (FA)



**Ciro Sinatra, presidente Univendita**

## UNIVENDITA: DALLA VENDITA A DOMICILIO OPPORTUNITÀ DI LAVORO NEI SETTORI BEAUTY, ALIMENTARI, ELETTRODOMESTICI, PRODOTTI PER LA CASA E VIAGGI

- Nel mondo del lavoro c'è sempre più spazio per i professionisti della vendita che puntano tutto sulla relazione diretta e personalizzata con i clienti. Lo confermano i piani di crescita delle imprese associate a Univendita, la maggiore associazione del settore della vendita a domicilio (aderente a Confcommercio). Aziende di cosmetici, alimentari, elettrodomestici, prodotti per la casa e la cucina, viaggi: tutte ricercano collaboratrici e collaboratori per farne consulenti esperti nel proprio settore di riferimento.

"Le imprese di Univendita offrono l'opportunità di fare esperienza in un settore in crescita e al passo con i tempi, in cui l'elevata qualità dei prodotti proposti è abbinata a quel 'fattore umano' che fa sempre la differenza, anche oggi che viene accompagnato dall'uso delle tecnologie digitali per comunicare con la clientela e offrire servizi innovativi" afferma il presidente di Univendita Ciro Sinatra.

Le imprese di Univendita fatturano 1,6 miliardi di euro, contano circa 150mila addetti e 4,8 milioni di famiglie clienti. Le

restrizioni e la crisi del 2020 non ne hanno intaccato la dinamicità e la voglia di crescere: nei periodi di lockdown hanno affiancato i propri venditori con nuovi strumenti digitali per coltivare le relazioni a distanza, mentre hanno vissuto una crescita nei momenti in cui si è potuto tornare alle vendite in presenza, sempre svolte in sicurezza. (SM)



**Carlo Bertolatti, direttore generale di Stanhome Italia**

## E Stanhome aderisce ad Univendita

Stanhome Italia è il nuovo ingresso in Univendita. Importante realtà specializzata nella vendita di prodotti per la cura della casa, la cura personale e la bellezza, Stanhome è un'azienda fondata nel 1931 negli Stati Uniti che festeggia quest'anno il suo 90esimo anniversario. Nel 1962 è stata aperta la sede italiana che si trova a Roma. Dal 1997 l'azienda fa parte del Gruppo Rocher. «Con l'arrivo di Stanhome, Univendita acquisisce un nuovo socio che rappresenta un'assoluta eccellenza per qualità dei prodotti e modello di vendita – commenta il presidente di Univendita Ciro Sinatra – Stanhome è una realtà storica del settore della vendita a domicilio, conosciuta e apprezzata da generazioni di consumatori. Un'azienda che da sempre fonda il suo successo sulla cura della

relazione diretta con i clienti e sull'adesione a valori quali etica, qualità, benessere, centralità della persona e sostenibilità. Gli stessi valori che sono alla base dell'operato di Univendita, e a partire dai quali

costruiremo insieme un percorso di crescita". È un grande orgoglio per noi entrare a fare parte di Univendita: sono sicuro che sarà un'occasione di condivisione e crescita – dichiara Carlo Bertolatti, direttore generale di Stanhome Italia – Noi tutti crediamo fortemente nel futuro del settore della vendita diretta che oggi più che mai vive un'accelerazione verso le nuove tecnologie. Sarà sicuramente interessante condividere con gli altri soci idee e spunti su futuri scenari di sviluppo del nostro business".

# BANDI DI FINANZIAMENTO: CONOSCERLI E PARTECIPARE CON IL SUPPORTO DI CONFCOMMERCIO MILANO



È difficile essere sempre aggiornati su tutte le opportunità che Enti e Istituzioni mettono a disposizione. Sono **bandi di finanziamento** che potrebbero cambiare lo sviluppo e il futuro della tua attività. Confcommercio Milano offre un aiuto fondamentale per informarti e farti concorrere con tutte le carte in regola. Sarai avvisato sulle opportunità del tuo settore e aiutato a preparare la documentazione necessaria per accedervi.

**Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che si affidano a chi non fa perdere tempo e opportunità.**

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby    Consulenza e Gestione    Capitale Umano e Formazione    Finanziamenti e Contributi    Start Up e Innovazione

**Contattaci nel modo che preferisci.**

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano

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

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te

# CONFCOMMERCIO MILANO TI PROPONE GESTIONE DI PAGHE E CONTRIBUTI CON I PRIMI 6 MESI GRATUITI



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione offre un servizio di amministrazione del personale garantendo: • Predisposizione ed **elaborazione dei dati delle retribuzioni** e dei relativi oneri sociali • Tramite la Direzione Sindacale di Confcommercio Milano, **assistenza nella gestione dei rapporti di lavoro**, nelle assunzioni e/o licenziamenti. • Assistenza nei rapporti con gli Enti – INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate, ITL e Centri per l'Impiego • Gestione ed assistenza in caso di richiesta ammortizzatori sociali.

**I nuovi soci o chi non ha mai utilizzato questo servizio, il primo anno pagheranno dal 7° mese dopo i primi 6 mesi gratuiti.**

Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

**Contattaci nel modo che preferisci.**

marketing@unione.milano.it  
Tel 02.7750362  
Corso Venezia 47, 20121 Milano

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

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)  
Linkedin: Confcommercio Milano  
Facebook: Confcommercio Per Te