

Unione informa



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA



**Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza
Carlo Sangalli rieletto presidente per acclamazione**

LEGALITÀ

ci piace!

EDIZIONE **10^a**



**MILANO - Reati predatori:
in aumento le segnalazioni**



**ITALIA - Usura, emergenza da affrontare.
Lavoro al fianco di Istituzioni e Forze dell'Ordine**

LA SETTIMANA restart



Il podcast che
racconta storie di
impresa,
di innovazione,
di idee e di progetti
dal futuro

INQUADRA E ASCOLTA



ASCOLTA SU





250 caratteri di confcommercio



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

Da 10 anni fa, con LegalitàMiPiace, all'attuale LegalitàCipiace: siamo passati dall'io al noi perché legalità e sicurezza non sono mai un tema individuale. Legalità e sicurezza sono invece un tema dove si misura la tenuta delle comunità e non si trovano mai soluzioni efficaci nelle solitudini.



LEGALITA' CI PIACE! – SANGALLI: AL NOSTRO FIANCO ISTITUZIONI E FORZE DELL'ORDINE - Crescono i reati predatori, con una maggiore segnalazione per Milano città, mentre nell'hinterland è più forte il fenomeno dei negozi sfitti che favorisce il degrado del territorio. Questi dati sono emersi dai risultati dell'indagine "Sicurezza e legalità, valori del territorio"

realizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (dati elaborati dall'Ufficio Studi) presentata in Confcommercio Milano in occasione della decima edizione della Giornata nazionale

Confcommercio "Legalità ci piace!". Nell'evento milanese – in collegamento – è stato possibile



ascoltare gli interventi del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e del ministro dell'Interno Matteo Piantedosi. Nel suo intervento durante la giornata della legalità,

il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ha sottolineato che "uno degli aspetti simbolicamente più efficaci di questa Giornata della Legalità di Confcommercio, da sempre, è stato l'intervento al nostro fianco, a livello nazionale e locale, di istituzioni e forze dell'ordine".

Contrastare i fenomeni illegali, ha rilevato Sangalli – "significa togliere un freno alle nostre possibilità di crescita come Paese. Crescita economica, ma anche crescita sociale e morale".

Vedi da pagina 6 a pagina 9 n.d.r.





Carlo Sangalli rieletto presidente di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza

Consiglio Direttivo

Vincenzo Albanese (*FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza*); Luigi Alemani (*Magenta e Castano Primo*); Alessandro Barbone (*Vimercate*); Umberto Bellini (*Asseprim*); Simonpaolo Buongiardino (*Assomobilità*); Pietro Buscemi (*Assomultimedia*); Marco Coldani (*AssICC*); Andrea Colzani (*Federmodamilano*); Marco Corci (*Bollate*); Matteo Cunsolo (*Associazione Panificatori*); Giacomo Errico (*Apeca*); Roberto Fassini (*APAM artigiani*); Paolo Ferrè (*Legnano*); Simone Ugo Frigerio (*FTO*); Emanuele Frontori (*Basso Lodigiano*); Marco Galbiati (*Federmobili Milano*); Riccardo Garosci (*Aice*); Paola Generali (*Assintel*); Valeria Gerli (*ConfGuide Gitec*); Fabrizio Gironi (*Sesto San Giovanni*); Caterina Ippolito (*Melegnano*); Angelo Maino (*ART Arti della Tavola e del Regalo*); Giovanni Moro (*Corsico*); Fabio Moroni (*Assotecnica*); Adele Nardulli (*Federlingue*); Maurizio Naro (*Federalberghi Milano*); Carlo Alberto Panigo (*Rho*); Giorgio Pellegrini (*Macellai*); Alberto Petranzan (*Fnaarc agenti rappresentanti di commercio*); Domenico Riga (*Monza*); Nicolas Rigamonti (*Gorgonzola*); Luca Squeri (*Figisc gestori carburanti*); Lino Stoppani (*Epam pubblici esercizi*); Donato Turba (*Melzo*); Mario Vincenzi (*Assopetroli*); Raffaele Volpe (*Dismamusica*).

Componenti di diritto i presidenti dell'Associazione 50&Più, del Gruppo Giovani Imprenditori e del Gruppo Terziario Donna.

Carlo Sangalli è stato rieletto dall'assemblea, per acclamazione, presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, la più grande associazione territoriale d'impresе di Confcommercio (e fra le maggiori associazioni territoriali d'impresе d'Europa) con oltre 40 mila impresе per 352 mila occupati e 113 associazioni territoriali e di categoria aderenti, in rappresentanza di tutti i settori del terziario.



Collegio dei revisori dei conti

Presidente: Marco Valsecchi

Membri effettivi: Ermanno Gatti, Costante Persiani

Membri supplenti: Marcello Doniselli, Stefano Savarese

Collegio dei probiviri

Presidente: Massimo Maria Molla

Membri effettivi: Tiziana Losa, Antonio Monzino, Raffaele Romanò, Andrea Sangalli

Membri supplenti: Giacomo Manoukian, Roberto Rossi.



In queste pagine alcune foto di Massimo Garriboli e Federico Giusti

L'assemblea di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha inoltre eletto il nuovo Consiglio Direttivo, il Collegio dei Revisori dei conti e il Collegio dei Provvisori per il periodo 2023-2028.



Corre l'e-commerce (101 per cento) e aumentano servizi e attività turistico-ricettive. Calano gli esercizi commerciali colpiti da crisi, caro affitti e in parte da concorrenza on line

Gli effetti di Covid, caro energia e inflazione

Territorio sempre più smart e digitale ma con meno negozi e il loro valore sociale

Il terziario cresce a Milano mentre arranca il commercio tradizionale

Balzo dell'e-commerce che raddoppia il numero delle imprese. Carlo Sangalli, riconfermato presidente, chiede più incentivi per le attività commerciali

L'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha "fotografato" il terziario, all'inizio di

questo nuovo mandato associativo, in un momento di transizione ed evoluzione dopo anni difficili con Covid, rincaro energia, conflitto in Ucraina e conseguenze sull'economia, inflazione e ricaduta sui consumi.

▶▶▶ segue a pag. 5 ▶▶▶



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA

A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



**ENTE MUTUO
REGIONALE**
ASSISTENZA SANITARIA



UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO

▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶

TERZIARIO: PIU' IMPRESE E OCCUPATI - Le imprese del terziario a Milano, Monza Brianza Lodi, sono complessivamente in aumento: + 4%, 285.096 nel 2023 contro 274.346 del 2019. Nel terziario crescono di più gli addetti: +10% (da 1.804.526 del 2019 a 1.984.827 quest'anno).

Una tenuta del tessuto imprenditoriale con luci e ombre.

Raddoppiate le imprese online ma un negozio su dieci chiude

I dati di Confcommercio per gli anni 2019-2023. Rieletto presidente Carlo Sangalli



FOTOGRAFIA CONFCOMMERCIO

È più smart e turistica, ma la Grande Milano ha sempre meno negozi

Sangalli rieletto presidente Confcommercio chiede di «rendere le nostre città più vivibili»



E-COMMERCE IN FORTE AUMENTO

Molto forte, dal 2019 ad oggi (seppur partendo da numeri più piccoli), è la crescita dell'e-commerce con un 101% in più di imprese (da 1.915 a 3.850) e un esponenziale aumento di occupati: + 483% (da 5.566 nel 2019 a 32.455 nel 2023 - ancora più alto + 536% l'aumento di occupati a Milano). Significativi sono anche gli incrementi di imprese nell'innovazione digitale (servizi Ict + 17% di imprese - da 47.019 a 54.819 - con anche un + 20% di addetti, da 600.467 a 720.179), nei servizi (+ 14%) e fra le attività turistico-ricettive (+13%).

DIMINUISCE IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

In calo, invece, le imprese del commercio al dettaglio: - 12% nel non alimentare (da 33.924 nel 2019 a 29.959 nel 2023), - 7% nell'alimentare (da 5.007 nel 2019 a 4.658 quest'anno - nell'alimentare crescono, invece, gli addetti: + 6%). A Milano il calo del numero di imprese del commercio al dettaglio è del 9% nel non food e dell'8% nell'alimentare.

RISTORAZIONE: MENO IMPRESE, MA A MILANO LA MOVIDA CRESCE

Tornando ai dati complessivi su Milano, Lodi, Monza e Brianza, si registra una diminuzione

Sangalli resta a Confcommercio «Focus su innovazione e territorio»

Rieletto dall'assemblea per acclamazione. Il governatore Fontana: «Per noi un punto di riferimento»

CONFCOMMERCIO
Sangalli rieletto presidente, boom dell'e-commerce
 Carlo Sangalli è stato rieletto ieri dall'assemblea, per acclamazione, presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Dal dati diffusi ieri al termine dell'assemblea, emerge il balzo dell'e-commerce con un 101% in più di imprese e un esponenziale aumento di occupati: + 483%. Calano invece le imprese del commercio al dettaglio: -12% nel non alimentare e -7% nell'alimentare. «Serve certamente più innovazione - ha detto Sangalli - ma occorrono anche più incentivi per le attività commerciali che danno valore al territorio e lo rendono più attrattivo».

Un comparto forte e importante». Un comparto che l'Ufficio studi della Confcommercio metropolitana fotografa nel quadro attuale di transizione post-pandemica, rincari dell'energia, conflitto in Ucraina e inflazione, con le imprese del terziario, 285.096 tra Milane, Lodigiano e Brianza, comunque in aumento del 4% rispetto al 2019. Crescono di più gli addetti (del 10%, a 1.984.827), e cresce soprattutto l'e-commerce: le imprese sono raddoppiate negli ultimi quattro anni (+101%, a 3.850), gli occupati quasi sestuplicati (+483% arrivando a 32.455, a Milano +536%). Aumentano anche le imprese dell'innovazione digitale (+17% e +20% gli addetti), dei servizi (+14%) e turistico-ricettive (+13%), mentre diminuiscono il commercio all'ingrosso (-5%) e al dettaglio, che dal 2019 ha perso il 12% d'impresse nel non alimentare e il 7% nell'alimentare (dove, però, gli addetti aumentano del 6%). A Milano calano i punti vendita del commercio (-4%) ma, a fronte di un leggero calo delle imprese della ristorazione sulle tre province (-2%), crescono le unità locali dei pubblici servizi: +5% per le at-



Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Sangalli: «Bene l'innovazione tecnologica, ma attenzione a non creare disequilibrio e rendere le nostre città meno attrattive e vivibili. Servono ancora più innovazione e più incentivi»

anche per l'ingrosso: - 5% (da 52.977 imprese del 2019 a 50.322 nel 2023). In leggero calo, inoltre, come numero di imprese, la ristorazione (-2%, da 22.490 nel 2019 a 21.904 nel 2023), ma, a Milano città, i pubblici esercizi sono viceversa in aumento come unità locali: le attività che compongono il comparto movida sono, infatti, cresciute del 5% (da 14.585 nel 2019 a 15.349 quest'anno).

A Milano, come le imprese, si conferma il calo anche nei punti vendita del commercio: - 4% (da 18.256 del 2019 a 17.581 nel 2023).

«Nella Grande Milano - ha commentato Carlo Sangalli - inflazione, caro energia e Covid hanno

avuto importanti ripercussioni sul mondo del terziario. Crescono l'e-commerce e i servizi, ma diminuiscono gli esercizi commerciali. Un fenomeno, questo, che contribuisce a rendere meno vivibili le nostre città». «Serve certamente più innovazione - afferma Sangalli - ma occorrono anche più incentivi per le attività commerciali che danno valore al territorio e lo rendono più attrattivo».



Dati elaborati dall'Ufficio Studi

All'indagine "Sicurezza e legalità, valori del territorio" hanno risposto 484 imprese: in particolare il 28% dettaglio non alimentare, il 22% ristorazione, il 13% servizi. Il 71% delle imprese è di Milano e area metropolitana, il 15% di Monza Brianza.

REATI PREDATORI A MILANO, INDICATORI IN AUMENTO – Dall'analisi dei dati dell'indagine – confrontandoli con



Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza l'indagine per "Legalità ci piace!" In aumento le segnalazioni di reati predatori

Crescono i reati predatori, con una maggiore segnalazione per Milano città, mentre nell'hinterland è più forte il fenomeno dei negozi sfitti che favorisce il degrado del territorio. Questi dati sono emersi dai risultati dell'indagine "Sicurezza e legalità, valori del territorio" realizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (dati elaborati dall'Ufficio Studi) presentata in Confcommercio Milano in occasione della decima edizione della Giornata nazionale Confcommercio "Legalità ci piace!" con il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Mario Peserico (con competenza sui temi della legalità).



Un negozio su tre nel mirino dei ladri

Confcommercio: il 17% colpito da atti vandalici e il 10% da truffe, ma il vero pericolo sono le vetrine spente servizi al cliente

Vetrine spente e paura
Un negozio su tre è vittima di furti
«Soli nella città vuota»

In Brianza il 17% ha subito atti vandalici, il 10% è stato oggetto di truffe Riga (Confcommercio): «Serve un maggiore controllo di prossimità»

Durante l'appuntamento milanese intervento anche di Giovanni Cuciti, dirigente Divisione Anticrimine Questura di Milano e collegamento con Roma per ascoltare gli interventi del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e del ministro dell'Interno Matteo Piantedosi.

Alcune foto in queste pagine sono di Mattia Dognini e Federico Giusti

i risultati del 2022 – crescono i reati predatori: i furti in esercizi commerciali sono segnalati dal 33% delle imprese (26% lo scorso anno); gli scippi e i borseggi dal 28% (20% nel 2022).

E i furti negli esercizi commerciali sono il reato dove maggiore è l'indicazione di esserne stati vittima (titolare o collaboratori): il 31%. A Milano città quest'indicazione è ancora più alta della media generale dell'indagine: 36% (rapine il 9%).

Per i furti negli esercizi commerciali, nel Comune di Milano, i

E in periferia c'è il rischio desertificazione

Allarme di Confcommercio: troppe rapine nei negozi

In aumento furti, scippi e borseggi. Nel 31% dei casi la vittima è lo stesso esercente
 Persico: «Servono maggiori controlli da parte dei vigili contro i reati "predatori"»

(...) (non alimentare), il 22% di ristorazione e il 13% lavora nell'ambito dei servizi.

Il primo dato (facile da immaginare) è che la stragrande maggioranza delle attività, cioè il 71%, opera sotto la Madonnina: solo il 15% in provincia di Monza. Ma va così da sempre, è la Milano delle mille opportunità e la Milano che non sta mai ferma. Tuttavia è anche la Milano che si scontra di più col problema della sicurezza. Perché sì, i furti negli esercizi commerciali salgono ovunque al 33% (erano il 26% l'anno precedente) e quelli in cui la vittima è il titolare o un col-

onesti. «Questa tendenza», spiega Mario Persico, che è il vicepresidente della costola milanese di Confcommercio e che ha anche competenza sui tempi della legalità, «riguarda reati segnalati in particolare da chi opera sulla strada a contatto con i cittadini e rafforza il nostro orientamento di chiedere al Comune una vera riattivazione operativa dell'Unità reati predatori. Esistente, ma nei fatti per ora poco percepita. D'altronde basta dare un'occhiata alle specifiche cittadine: per i furti i riscontri più numerosi sono segnati nei quartieri a Ovest del centro (il 40%) e a

ne e va ascoltato», si affretta a suggerire l'assessore regionale alla Sicurezza, Romano La Russa. E ha ragione. Che il commercio è l'anima della Lombardia e Milano mica fa eccezione.

Anzi. Dopodiché è vero, a livello nazionale un'impresa su dieci sostiene di notare un peggioramento dei livelli di sicurezza, con picchi nel Meridione (il 16%); invece qui, a Milano, si tratta 'solo' del 6,3%. Per

«I recenti presentati che nua Pes

riscontri più numerosi si hanno su Milano Ovest 40%; poi Milano Nord 33%; Milano Centro e Sud 30%. Sempre a Milano città, per scippi e borseggi – che, insieme agli atti vandalici, è il reato più segna-



lato: 47% - l'area maggiormente critica è Milano Nord con il 62% di segna-

lazioni; Milano Ovest e Sud 47%; Milano Centro 43%.

«Questa tendenza all'aumento di reati segnalati in particolare da chi opera sulla strada a contatto con i cittadini – ha rilevato Persico – rafforza ulteriormente l'orientamento già espresso da Confcommercio Milano di chiedere al Comune una vera riattivazione operativa dell'Unità Reati Predatori. Esistente, ma, nei fatti, ora poco percepita. Sono certamente d'aiuto, in questo senso, anche i recenti ordini del giorno presentati in Consiglio Comunale che chiedono, nell'ambito dell'Unità, il ripristino del sistema della rete di messaggi Whatsapp con gli operatori per una rapida ed efficace segnalazione dei reati».

**Richiesta al Comune di Milano:
 l'Unità di contrasto dei reati predatori
 torni a pieno regime
 facendo rete con le imprese**

Reati predatori: in crescita anche nelle rilevazioni "Mine Crime". L'aumento dei reati predatori è emerso anche dalle rilevazioni "Mine Crime" sull'online e i social media ("Mine Crime" è prodotto dalla start up Safetecom SB per Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) raffrontando il 2022 con l'anno precedente: 1352 segnalazioni a Milano (contro le 950 dell'anno prima) e 342 per Monza Brianza (in precedenza 188). E nel confronto dei primi due mesi 2023 sul 2022 gli eventi "predatori" crescono del 7,8%.

IN CALO CHI NON HA SUBITO REATI. QUALI ALTRI REATI IN CRESCITA – Nel 2022 il 47% delle imprese aveva risposto di

Crescono i reati predatori ai danni dei commercianti furti in un terzo dei negozi

I timori nell'indagine della Confcommercio "Vanno potenziate le unità dei vigili"

Il Comune: "I nuclei specializzati sono costantemente attivi e hanno effettuato nel 2022 più di 50 arresti"

non aver subito reati. Quest'anno il 37%. A distanza di un anno resta alta l'attenzione delle imprese anche per gli atti vandalici, la cui segnalazione è cresciuta dal 30 al 39%, e lo spaccio di droga (dal 19 al 28%). In leggera diminuzione invece (dall'11 al 10%) le segnalazioni sulle baby gang.

I BENI OGGETTO DI FURTI E RAPINE (risposta multipla) – Per il 50% si tratta di beni personali, per il 45% di prodotti non alimentari, per il 26% di contanti, per il 15% di prodotti alimentari presso il punto vendita.

GRANDE MILANO: NEGOZI SFITTI "SPIA" DI DEGRADO – Quello dei negozi sfitti è il fenomeno in generale più percepito dalle imprese del territorio: lo

segnala il 40% dei rispondenti all'indagine (seguono gli atti vandalici 39%; i già citati furti negli esercizi commerciali 33% e scippi/borseggi 28% e lo spaccio di droga sempre al 28%). Ma, mentre a Milano città la percentuale di rilevazione dei negozi sfitti si attesta sul 32%, più alta è nella Grande Milano con il 40%.

«Questo risultato – ha commentato Persico – è sicuramente una 'spia' di degrado del territorio. Un fenomeno che non va sottovalutato anche dal punto di vista delle conseguenze sul

«Questo risultato – ha commentato Persico – è sicuramente una 'spia' di degrado del territorio. Un fenomeno che non va sottovalutato anche dal punto di vista delle conseguenze sul

▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 7 ▶▶▶

presidio sociale perché, dove c'è abbandono, cresce l'insicurezza".

TRUFFE E FRODI INFORMATICHE (E TENTATIVI DI ESTORSIONE) – Il 22% degli imprenditori è stato vittima di una truffa o di una frode informatica: il 28% attraverso canali digitali (e-commerce) e un altro 28% senza l'utilizzo di canali digitali. Il 22% ha subito l'installazione di malware o il furto di dati o credenziali d'accesso al sistema informatico. Sempre il 22%, con la frode informatica, ha poi registrato un tentativo di estorsione.

ABUSIVISMO E CONTRAFFAZIONE –

Venditori abusivi segnalati in crescita rispetto al 2022: dal 23 al 26%. L'82% delle imprese ritiene che abusivismo e contraffazione siano fenomeni in crescita. Gli effetti di contraffazione e abusivismo pesano sull'attività in parti-

Furti, scippi, vandali: negozi nel mirino

Il dossier di Confindustria su 500 imprese milanesi. «Forze dell'ordine, serve un filo diretto con i cittadini» **Vazzana all'interno**

Sos dei negozianti In aumento furti scippi e vandalismi «Vogliamo legalità»

Reati predatori in crescita per quasi 500 imprese milanesi che hanno partecipato all'indagine promossa da Confindustria



Carlo Sangalli, Confindustria

di **Marianna Vazzana**
MILANO

di mobilitazione nazionale arrivata alla decima edizione. Crescono i reati predatori, con più segnalazioni a Milano città, mentre nell'hinterland è più accentuato il fenomeno dei negozi sfitti che genera una sensazione di abbandono nelle strade. Un quadro realizzato grazie alle voci di 484 imprese che hanno partecipato al sondaggio. **In particolare** i furti in esercizi commerciali sono segnalati dal 33% delle imprese (26% lo scorso anno); gli scippi e i borseggi dal 28% (20% nel 2022). Non solo: quanto ai furti, il 31% di titolari o collaboratori rileva di essere stato vittima. Media più alta a Milano, con il 36% e il 9% di rapine. Soprattutto nella porzione ovest: seguono i quartieri a nord, poi del centro e del sud. Milano città, per scippi e borseggi, insieme agli altri quartieri, è il reato più segnalato. **Il post Covid** – il commento



SOLO IL 37% DEGLI ESERCENTI DICHIARA DI NON AVERE SUBITO CRIMINI: ERA IL 47% L'ANNO SCORSO

Crescono i reati "predatori" contro i negozi

Indagine Confindustria: aumentano i furti ma anche scippi e borseggi. A Milano la percentuale più alta

Il vice presidente Peserico: il Comune riattivi l'unità specializzata dei vigili. Preoccupa anche il numero di negozi sfitti

Crescono i reati predatori segnalati dagli esercizi commerciali nella zona di Milano, Lodi, Monza e Brianza, con una maggiore segnalazione per Milano città. È quanto emerge dall'indagine "Sicurezza e legalità, valori del territorio" realizzata da Confindustria Milano, Lodi, Monza e Brianza presentata in occasione della decima edizione della Giornata nazionale Confindustria "Legalità ci piace!". Dai dati dell'indagine - a confronto con i risultati dell'anno scorso - sono cresciuti i reati predatori: i furti negli esercizi commerciali sono segnalati dal 33% delle imprese (da 26% dello scorso anno), scippi e borseggi dal 28% (rispetto al 20% nel 2022). E i furti negli esercizi commerciali sono il reato dove maggiore è l'indicazione da titolari o collaboratori di esserne stati vittime, il 31%. A Milano città questa indicazione è ancora più alta della media generale dell'indagine: 36% (rapine il 9%). Sempre a Milano città, per scippi e borseggi - che insieme agli atti vandalici sono il reato più segnalato: 47% - l'area più critica è Milano Nord con il 62% di segnalazioni; Milano Ovest e Sud 47%; Milano Centro 43%. «Questa tendenza all'aumento di reati segnalati da chi opera sulla strada è costante con le indagini», ha detto il vicepresidente di Confindustria

Rapine e borseggi, i reati nei negozi sono aumentati del 10%

Il report di Confindustria: i quartieri a Nord della città i più colpiti. Granelli: «Nel 2022 oltre 50 arresti»

Cresce il numero dei reati segnalati dai negozianti: furti nei negozi, scippi o borseggi nei dintorni, atti vandalici, truffe di cui i commercianti sono vittime o testimoni. È la fotografia che emerge dalla decima edizione del report «Legalità ci piace!», a cura di Confindustria. L'indagine si basa sulle risposte date da 484 commercianti, il 71 per cento dei quali opera nel Milanese, gli altri a Lodi, Monza e Brianza. Se, nel 2022, la percentuale di negozianti vittima di nessun reato era il 47 per cento, quest'anno sono il 37 per cento. Il 27 per cento degli imprenditori di Milano città dice di aver subito un atto vandalico, il 17 per cento un furto ai danni dei clienti. I furti di merce arrivano al 36 per cento. Le rapine, invece, sono il 9 per cento. Il picco per segnalazioni arriva dalla zona di Nord di Milano: 62 per cento. Non aiuta la moria di queste imprese: il 40 per cento dei commercianti segnala insegne sfitte nella propria zona. I negozianti chiedono più controlli e misure efficaci a scongiurare la ripetizione dei reati. Un grande aiuto, in questo senso, lo dava l'opera dell'Unità Reati Predatori del Comune, che permetteva ai negozianti di segnalare situazioni critiche agli operatori in una chat e di sporgere denuncia sul posto.

dell'Interno Matteo Piantedosi. «Le rapine negli esercizi commerciali sono l'80 per cento del totale», ha spiegato invece Giovanni Cuciti, dirigente divisione anticrimine della questura di Milano, per poi aggiungere «un dato importante: gli arresti per rapina sono aumentati del 40 per cento, quelli per furto del 20 per cento». Sulla richiesta dei negozianti è invece intervenuto su Facebook, l'assessore alla sicurezza Marco Granelli: «Negli ultimi giorni la Polizia locale ha fatto due arresti, l'ultimo un'ora fa, in via Imbonati dove un uomo armato di una cintura usata come frusta è entrato in una macelleria rubando la merce esposta. I nuclei specializzati sui reati predatori e tutela trasporto pubblico, sono costantemente sempre attivi, e hanno effettuato nel 2022 più di 50 arresti. Insieme a tutte le forze dell'ordine, ci impegniamo per la sicurezza dei milanesi, anche dei commercianti che rivestono per noi un ruolo importante per tenere vitale e attiva la città. Il corpo della Polizia Locale sta crescendo, questo ci consentirà una maggiore presenza e capacità di risposta», assicura Granelli.

Giovanna Maria Fagnani
@IRISCOLLEZIONE/REGISTRATA

Lo studio

- Cresce il numero dei reati segnalati dai commercianti
- Secondo il report di Confindustria, nel 2022 i negozianti che non hanno subito reati sono il 37%

colare per la concorrenza sleale (67%) e contribuiscono a ridurre il fatturato (18%).

COME ACCRESCERE LA SICUREZZA SUL TERRITORIO?

– Per il 41% occorre una maggiore presenza delle Forze dell'ordine, il 21% indica un'attività delle Forze dell'ordine dedicata ai reati predatori; il 15% misure efficaci che evitano la reiterazione dei reati, il 10% più videosorveglianza.



**In Confindustria
con il presidente Carlo Sangalli
e il ministro dell'Interno Matteo Piantedosi
l'appuntamento nazionale
per "Legalità, ci piace!"**

per questo, quando chiediamo moratorie, fiscali e creditizie, non chiediamo 'salvagente' per le imprese, ma strumenti che possono essere decisivi per non appigliarsi altrove, sulla 'pinna' della criminalità organizzata. Nel complesso, perciò, i nostri imprenditori hanno perso quasi 34 miliardi lo scorso anno, e sono stati messi a rischio quasi

Usura, emergenza italiana

Anche quest'anno la Giornata nazionale di Confindustria "Legalità, ci piace!", giunta alla decima edizione, è stato un momento importante di riflessione e analisi sui fenomeni criminali che colpiscono il mondo imprenditoriale e sul sostegno fornito da istituzioni e associazioni. Sono intervenuti il presidente di Confindustria, Carlo Sangalli e il Ministro dell'Interno, Matteo Piantedosi. Il Comandante Regionale della Guardia di Finanza dell'Emilia Romagna, Ivano Maccani ha illustrato le iniziative a tutela del Made in Italy e della legalità economica.

Nel suo intervento durante la giornata della legalità, il presidente di Confindustria Carlo Sangalli ha sottolineato che "uno degli aspetti simbolicamente più efficaci di questa Giornata della Legalità di Confindustria, da sempre, è stato l'intervento al nostro fianco, a livello nazionale e locale, di istituzioni e forze dell'ordine".

L'usura è il fenomeno illegale percepito in maggior aumento dagli imprenditori (per il 25,9%) seguito da abusivismo (21,3%), estorsioni (20,1%) e furti (19,8%). Il trend è più marcato al Sud e nel commercio al dettaglio non alimentare dove si registrano percentuali più elevate e dove, in particolare, l'usura è indicata in aumento da oltre il 30% delle imprese.

"I fenomeni criminali, in particolare quelli come l'usura - ha detto Sangalli - si nutrono delle crisi, personali e sociali. Gli strascichi dell'emergenza pandemica, la crisi dei costi energetici, l'inflazione, il ribaltamento dei mercati finanziari, rappresentano un vero e proprio detonatore dell'usura. Anche



270mila posti di lavoro regolari". "Contrastare questi fenomeni - ha concluso Sangalli - significa togliere un freno alle nostre possibilità di crescita come Paese. Crescita economica, ma anche crescita sociale e morale". Il ministro dell'Interno, Matteo Piantedosi, commentando i dati dell'indagine Confindustria sui fenomeni illegali e commentando l'intervista a un imprenditore usurato, ha sottolineato che "bisognerà valutare anche un maggiore sostegno individuale e psicologico

alle vittime del racket". "La collaborazione tra istituzioni e associazioni - ha aggiunto Piantedosi - è fondamentale per contrastare i fenomeni criminali. Ci sono gli strumenti per aiutare gli imprenditori ma possiamo fare un ulteriore salto di qualità". "L'usura, al di là dei numeri ufficiali e del sommerso, è un fenomeno molto negativo che si alimenta con i soldi della criminalità organizzata. Un circolo vizioso che va a distruggere l'economia legale". "Dobbiamo fare in modo - ha concluso Piantedosi - di contrastare con sempre più forza i fenomeni illegali".

al Consiglio direttivo di Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict e digitali, il completamento dei vicepresidenti che seguiranno ambiti specifici per lo sviluppo delle politiche associative nei prossimi anni. Assieme a **Dante Laudisa** (Progetto #StartupHub-2030); **Luca Sala** (Turismo Digitale) e **Daniilo Cattaneo** (rapporti con gli stakeholder della Pubblica

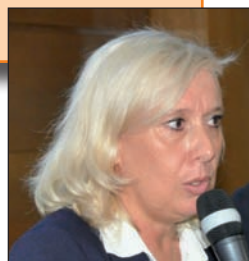


Imprese Ict e digitali I 6 vicepresidenti di Assintel

I vicepresidenti Assintel

sentiti per via della carenza cronica di competenze digitali; **Salvatore Morana**. Ha la responsabilità del network associativo. Managing director di Area Etica, conosce molto bene le dinamiche e le esigenze tipiche delle pmi digitali e si pone l'obiettivo di rafforzare la sinergia tra le imprese associate, aiutandole a fare rete, sviluppare progetti di innovazione verticali, aggregare competenze. Un ruolo chiave sarà anche la partecipazione ai tavoli istituzionali nei quali portare i bisogni delle pmi (bandi, finanziamenti e progetti legislativi). **Manlio Romanelli**. Founder di Mcube, si occuperà di rapporti con il territorio. Già presidente nazionale dei Giovani imprenditori e dirigente di Confcommercio, metterà le sue competenze a disposizione per aumentare le sinergie con le associazioni Confcommercio su tutto il territorio nazionale, che rappresentano il più vasto mercato della "domanda" di innovazione.

amministrazione) – vedi *Unioneinforma* di marzo a pagina 27 n.d.r. – la squadra dei vicepresidenti di Assintel si completa con:



Paola Generali,
presidente di Assintel

Mariagrazia Brunetti. Ha l'incarico all'imprenditoria femminile e ai percorsi STEM. Fondatrice e direttore generale di Quence – Gruppo TXT, si occuperà di Women Empowering. Il suo focus sarà il supporto alla crescita dell'Imprenditoria femminile nel settore digitale e il passaggio culturale di sviluppo alle professioni STEM, ad oggi uno dei problemi più

Riforma fiscale: la sfida per la crescita **Il punto**

L'iter della riforma fiscale è partito. Il progetto che il Governo intende attuare ha tra le finalità chiave: ridurre la pressione fiscale, il contenzioso, e migliorare il rapporto fisco-contribuente, instaurando una politica indirizzata a stimolare i capitali finanziari esteri e nazionali ad investire in Italia. Quello di mettere al centro della riforma le partite Iva, di ogni dimensione ed attività, è una vera significativa novità che mira per la prima volta nella storia delle tante riforme fiscali a riconoscere il ruolo fondamentale del lavoro autonomo e di come questo sia il maggior attore per la crescita e l'occupazione. E sono proprio questi due i capitoli chiave per puntare decisamente verso uno sviluppo del Pil che si attesti tra l'1,5-2% annuo. Per attrarre i capitali esteri e stimolare quelli nostrani servono due pilastri: un fisco più leggero, ovvero aliquote dimezzate per un periodo di avviamento, e una burocrazia pesantemente ridimensionata, sveltita nelle pratiche e scollegata dai tribunali amministrativi che, sovente, azzerano i provvedimenti governativi. Va anche detto che la sottocapitalizzazione e il sovraindebitamento di una gran parte delle imprese, sotto forma di capitali e di persone, sono ancora molto diffusi nel nostro

Paese. A ciò ultimamente si aggiunge il tema dei tassi di interesse sulle posizioni debitorie che è in continua crescita a causa di un merito creditizio consolidato negli anni non certo brillante. Gli attuali e i successivi aumenti del saggio di sconto, previsti dalla Bce, e quindi degli interessi applicati, stanno già influenzando in maniera negativa sulla tenuta delle imprese e, di riflesso, delle banche. Va nella giusta direzione il proposito di prevedere una fiscalità, e magari una burocrasia, "iper accomodante" a favore di chi investe, conferendo capitale proprio nelle imprese per aumentare la patrimonializzazione e poter ricorrere a finanziamenti bancari più consistenti e meno costosi. Solo una realistica riforma fiscale può far decollare i consumi e quindi la crescita.



Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

FederModa Milano: sentiment positivo dalla stagione invernale E ora si guarda alle nuove iniziative



con i saldi invernali e l'ondata inflattiva che non si è ancora spiegata sul settore. Ciò ha consentito

Da FederModa Milano il punto sull'andamento delle vendite nei negozi di moda (febbraio): un momento di riflessione a chiusura della stagione e dei saldi invernali, con lo sguardo rivolto al futuro. L'indagine, condotta nell'ambito dell'Osservatorio di Federazione Moda Italia, ha messo in luce le specificità di un comparto, quello dei negozi di moda, che nelle circa 12 mila imprese attive sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza impiega oltre 50 mila lavoratrici e lavoratori.

Dai dati dell'Osservatorio emerge come l'86% degli operatori abbia espresso un giudizio soddisfacente per i risultati ottenuti in termini di crescita (50%) o di stabilità (36%); il 14% del campione ha registrato invece un calo. Piumini, giubbotti e giacche, maglieria, sneaker, scarpe da donna e borse sono stati gli articoli più acquistati.

Per il presidente di FederModa Milano Andrea Colzani il sentiment largamente positivo espresso dagli intervistati è frutto di una molteplicità di fattori, in particolare della concomitanza

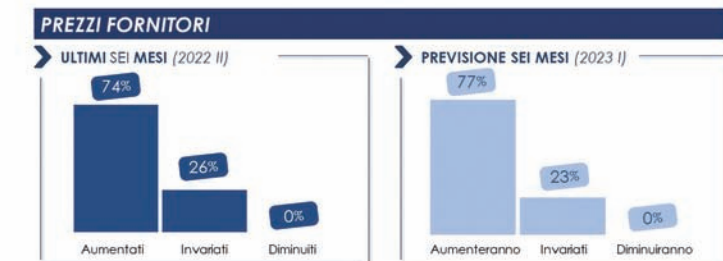
ai consumatori di fare buoni affari e pertanto di ampliare il panel dei propri acquisti.

Il vicepresidente vicario di Federmoda Milano Gabriel Meghnagi, che è anche presidente della rete associativa vie di Confcommercio Milano, ha fornito un focus sulla città, in particolare sui grandi assi commerciali: "I dati su Milano ci confortano perché si avvicinano al periodo pre-pandemia. Si conferma la previsione di inizio gennaio con un trend di crescita del 10% rispetto ai saldi invernali del 2022 nelle vie dello shopping centrali, grazie ad un buon afflusso di turisti stranieri".

A favore di imprese e lavoratori della moda, ha ripreso Colzani "stiamo mettendo in campo diversi contenuti volti proprio ad accompagnare lo sviluppo di competenze e professionalità verso quel definitivo sviluppo necessario ad affrontare le sfide che il mondo post pandemico ci propone. In quest'ottica abbiamo pensato ai "Trend Topic" (sui "Trend Topic" vedi pagina 28 n.d.r.).

Prezzi praticati dai fornitori | Il 74% delle imprese del comparto registra un aumento elevato dei prezzi praticati dai propri fornitori rispetto ai sei mesi precedenti. La previsione per i prossimi mesi è peggiorativa.

In generale, i prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono...?



Base campione: 1.102 casi. I dati sono riportati all'inverso.



Asseprim Focus: come le imprese dei servizi professionali affrontano l'incremento dei costi

Negli ultimi mesi del 2022, il 74% delle imprese del comparto ha registrato un elevato aumento dei prezzi praticati dai propri fornitori rispetto ai sei mesi precedenti. Secondo le imprese, inoltre, il dato è destinato a crescere ancora in questa prima parte del 2023.

È quanto è emerso dai dati d'aggiornamento di Asseprim Focus, l'Osservatorio economico dei servizi professionali

In particolare fornitori ed energia

all'impresa realizzato da Asseprim (la Federazione nazionale dei servizi professionali alle imprese) con Format Research, secondo cui la previsione per i prossimi mesi è peggiorativa per il 77% delle aziende.

I prezzi dei fornitori, tuttavia, non saranno l'unica voce di spesa in crescita. La quasi totalità delle imprese del comparto (93%) prevede anche un aumento del costo della bolletta energetica (in comparazione con il 2021). In media l'incremento è dell'80%.

"Per contenere l'innalzamento dei costi, il 33% delle imprese ha adottato o ha intenzione di adottare politiche per una significativa riduzione dei consumi energetici" ha commentato Umberto Bellini, presidente di Asseprim.

"Tra queste, le misure più condivise sono l'abbassamento della temperatura in ufficio (71%), la riduzione dell'illuminazione interna (55%) e lo spegnimento di ogni strumento non in uso (48%), come telefoni e computer".

Fra le altre strategie che le imprese hanno dichiarato di volere adottare ci sono la rimodulazione degli spazi in ufficio, l'incremento dei prezzi di vendita dei propri servizi ai clienti e un maggiore utilizzo dello smart working.

Il 39% delle imprese, invece, ha dichiarato che, al momento, non vuole intraprendere alcuna azione per contrastare l'aumento dei prezzi delle materie prime energetiche. (AT)

Assorologi: Marcello Borsetti è il nuovo presidente

Marcello Borsetti, direttore commerciale Citizen Watch Italy spa e già vicepresidente dell'Associazione, è il nuovo presidente di Assorologi.

Lo ha eletto il Consiglio Direttivo. Mario Peserico (Eberhard Italia) lascia dopo 16 anni la presidenza e resta in Consiglio con la delega alle relazioni internazionali.

Elena Rusinenti (Rolex Italia) è confermata vicepresidente vicario, mentre Simone Binda (Binda Group) assume la vicepresidenza.

“È per me un onore rappresentare Assorologi che riunisce aziende e marchi importanti – ha dichiarato Borsetti all'atto della nomina - e ringrazio il



Marcello Borsetti, nuovo presidente di Assorologi



I mercato italiano degli orologi da polso nel 2022 vale complessivamente circa 2 miliardi di euro, con una crescita del 9% sul 2021, che porta il mercato a sfiorare il valore del 2019, l'anno pre Covid.

Questa è la stima resa nota da Assorologi in collaborazione con GfK Italia sulla base di un'analisi comparativa delle diverse fonti di informazione disponibili, tra cui l'indagine mensile realizzata da GfK per monitorare le vendite di orologi da parte dei punti di vendita (Retail Panel), la ricerca annuale che la stessa GfK realizza per conto dell'Associazione sugli acquisti di orologi da polso da parte del consumatore italiano (Consumer panel), i dati relativi all'interscambio con l'estero forniti da Istat e dalla Federazione dell'industria dell'orologeria svizzera.

Secondo l'indagine “Consumer 2022” dedicata al consumatore italiano (indipendentemente dal canale d'acquisto) gli orologi acquistati sono diminuiti in quantità 5,5 milioni (- 5,6% rispetto al 2021), ma crescono a valore (1,40 miliardi, +3,9% sul 2021), mentre l'indagine “Retail” dedicata al canale orologerie (indipendentemente dalla nazionalità dell'acquirente) evidenzia un mercato da 4,3 milioni di pezzi (-5,8%) per un valore di 1,30 miliardi (+6,5%).



Consiglio Direttivo per la fiducia accordatami alla quale rispondo mettendo a disposizione tutto il mio impegno. Il compito che mi attende non è dei più facili: chi mi ha preceduto alla guida dell'Associazione ha sempre dato lustro e vigore alle iniziative intraprese. Sarà mio impegno dare continuità e ulteriore spinta alle attività riguardanti tematiche di assoluto rilievo per il nostro settore quali l'approfondimento delle evoluzioni del mercato, la lotta alla contraffazione, il supporto e la promozione della scuola di orologeria. Oltre a promuovere la cultura e i valori che da sempre caratterizzano il mondo dell'orologio”.

Il compito che mi attende non è dei più facili: chi mi ha preceduto alla guida dell'Associazione ha sempre dato lustro e vigore alle iniziative intraprese. Sarà mio impegno dare continuità e ulteriore spinta alle attività riguardanti tematiche di assoluto rilievo per il nostro settore quali l'approfondimento delle evoluzioni del mercato, la lotta alla contraffazione, il supporto e la promozione della scuola di orologeria. Oltre a promuovere la cultura e i valori che da sempre caratterizzano il mondo dell'orologio”.

L'indagine con GfK

Orologi da polso in Italia il valore del mercato riprende a crescere

I principali elementi di analisi che emergono dalla ricerca sono la crescita complessiva del mercato a valore pur in presenza di un numero di pezzi in leggera flessione; il primo significativo rallentamento del canale online (36,4% a quantità, 25,7% a valore) dopo la crisi pandemica e il contestuale rafforzamento delle vendite “fisiche” (63,6% a quantità, 74,3% a valore); la netta ripresa del canale Gioiellerie (47,2% a quantità, 62,7% a valore) che torna a rappresentare

il principale veicolo di commercializzazione degli orologi; la positiva propensione all'acquisto per questo 2023.

I driver di acquisto più importanti si confermano il design (32%), la marca (29%) e il prezzo (24%).

Il focus sul segmento “Smartwatch” evidenzia la crescita del livello di conoscenza di questa categoria di prodotti (84,6% dei consumatori) e di possesso (51,7%), benché vi siano ancora difficoltà da parte del consumatore a distinguere correttamente le diverse tipologie di “prodotto da polso” con funzioni “smart”.

Gli acquisti 2022 di smartwatch sono stimati in circa 2,3 milioni di pezzi.

Si tratta di prodotti prevalentemente acquistati online (37,8%) o nel canale fisico dell'elettronica (26%) e solo marginalmente nelle orologerie tradizionali (3,3%).

Federalberghi Lombardia: l'incontro con il neoassessore regionale al Turismo Barbara Mazzali

Abusivismo, accessibilità, promozione del territorio, risorse umane e formazione: numerosi i temi affrontati nell'incontro – a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano - tra il Consiglio Direttivo di Federalberghi Lombardia e Barbara Mazzali, neo-assessore al Turismo di Regione Lombardia. E' stato il primo incontro pubblico per l'assessore Mazzali invitata dal presidente di Federalberghi Lombardia Fabio Primerano in occasione dei lavori del Direttivo che ha rinnovato gli organi associativi.

“Un incontro del quale siamo onorati – ha affermato Primerano – contraddistinto da una cordiale volontà di collaborazione reciproca. E' stata di grande

rilevanza l'intenzione espressa dall'assessore Mazzali di procedere nei cinque anni del suo mandato con un metodo di lavoro improntato all'ulteriore miglioramento della competitività dell'hotellerie lombarda”.

Nel 2022, con 43,4 milioni di presenze, il turismo in Lombardia è tornato ai livelli del 2019; in regione sono



Barbara Mazzali, assessore al Turismo di Regione Lombardia, con il presidente di Federalberghi Lombardia Fabio Primerano

Federalberghi Lombardia



2.800 le strutture alberghiere, per circa 200.000 posti letto. “Siamo determinati - ha concluso Primerano - a supportare, nel costante confronto e dialogo, il lavoro dell'assessore Mazzali con l'obiettivo di portare le imprese del turismo lombardo a superare ulteriori nuove sfide”.

Affitti brevi a Milano Rescasa Lombardia al Comune: coinvolgere nel dialogo gli operatori professionali

Sul tema degli affitti brevi a Milano, emerso con evidenza nel Forum dell'Abitare, presa di posizione di Rescasa Lombardia (l'Associazione che riunisce le imprese dei servizi professionali di ospitalità in appartamento: residence e case vacanza) con il presidente Francesco Zorgno. “Partirei innanzitutto con una nota di metodo per l'assessore comunale Pierfrancesco Maran: perché non si è affrontato l'argomento interloquendo anche con gli imprenditori professionali?”

“Il tema – ha proseguito Zorgno – è importante e complesso. L'affitto breve gestito in modo professionale è la chiave per una crescita sostenibile del settore ricettivo extralberghiero, con la definizione di elevati standard di ospitalità e consentendo di far emergere il sommerso con maggiori entrate per la pubblica amministrazione: l'imposta di soggiorno per il Comune, la cedolare secca per l'erario”.

“Non c'è altro modo – ha affermato Zorgno - se non quello di

favorire in modo sostenibile, e non ostacolare, le imprese dell'ospitalità professionale che svolgono sul campo i servizi per dare a Milano la possibilità di affrontare le sfide future come le Olimpiadi invernali del 2026. Tutti

gli operatori professionali - gestori, residence, agenti immobiliari – ne sono convinti”. “Maran – ha proseguito Zorgno – solleva temi importanti di equilibrio per una metropoli come Milano che deve saper coniugare attrattività per turisti e visitatori d'affari con le difficoltà d'affitto di famiglie e degli studenti universitari. Ma, per come il dibattito è emerso dai media, c'è un evidente equivoco sul ruolo dei cosiddetti 'grandi player'. Gli operatori professionali si occupano infatti di case singole di piccoli proprietari (che gli stessi non riescono a gestire da soli), mentre non risulta che il mercato milanese sia dominato da soggetti che possiedono centinaia di immobili”.

Francesco Zorgno, presidente di Rescasa Lombardia

“Gli affitti brevi – ha concluso Zorgno – difficilmente possono contribuire a determinare, comunque, il caro affitti. Si tratta infatti di un fenomeno relativamente circoscritto con circa 15.000 unità a Milano contro le 183 mila negli affitti tradizionali. Ed anche guardando il totale delle seconde case potenzialmente disponibili: circa 100 mila unità in piena coerenza con il rapporto a livello nazionale di 1 a 10”.





Al Circolo del Commercio di Confcommercio Milano



Strumenti e soluzioni per il sostegno alle imprese L'incontro a Palazzo Bovara con Intesa Sanpaolo

(Alcune foto di Federico Giusti)

Sono state presentate a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano, le iniziative di Intesa Sanpaolo a sostegno delle imprese del terziario a Milano e Monza Brianza. Obiettivo dell'incontro realizzato con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e la partecipazione di Federalberghi Milano – attenzione in particolare alle misure su turismo e ricettività - è stato quello di illustrare alle imprese partecipanti i progetti di digitalizzazione e sostenibilità in coerenza con i principi ESG (Environmental, Social, Governance).



Durante l'incontro focus sui nuovi strumenti messi a disposizione da Intesa Sanpaolo attraverso l'iniziativa "CresciBusiness", un piano, a livello nazionale, da 5 miliardi di euro che si rivolge in particolare alle piccole imprese e che prevede interventi per la liquidità e finanziamenti garantiti; l'azzeramento per un anno delle commissioni sui micropagamenti tramite Pos in negozio fino a 15 euro (vedi *Unioneinforma di gennaio a pag. 11 n.d.r.*), la gratuità per un anno del canone dei Pos e delle carte di credito commercial, agevolazioni sui prodotti di copertura assicurativa e noleggio di beni strumentali, arredi e complementi per contenere i costi operativi.

Dall'analisi condotta dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo emerge che, dopo un 2022 positivo, quest'anno a Milano, e Monza Brianza, è attesa una frenata, in particolare, per le imprese più piccole del manifatturiero e del commercio. Per il turismo le



previsioni restano improntate all'ottimismo, pur in un quadro di estrema difficoltà nel trovare manodopera da inserire in azienda. I rincari dei costi energetici e quelli delle materie prime e

dei semilavorati sono le principali criticità riscontrate dalle imprese turistiche, manifatturiere e del commercio di questo territorio. Aumenti che le imprese riusciranno a scaricare a valle solo in parte. In questo contesto le aziende stanno reagendo attraverso azioni di efficientamento o tramite la rimodulazione dei turni in funzione dei picchi dei prezzi dell'energia. Risulta invece ancora contenuto il ricorso alle energie rinnovabili. Una volta affrontata e superata la complessa fase attuale, restano alcune priorità da affrontare per rilanciare la competitività delle imprese di piccole dimensioni: saranno necessari maggiori investimenti in innovazione e digitalizzazione, bisognerà puntare con decisione sulla sostenibilità, passando per un'adeguata formazione e valorizzazione del capitale umano. Entro il 2026 Intesa Sanpaolo programma erogazioni a medio lungo termine per oltre 410 miliardi di euro, di cui 270 destinati alle imprese, con i quali contribuire attivamente alla ripresa economica del Paese in stretta correlazione con gli obiettivi del PNRR approvato dalla Commissione Europea. Ammontano complessivamente a 40 miliardi di euro gli interventi di Intesa Sanpaolo a favore delle imprese italiane, anche di piccolissime dimensioni e famiglie per sostenere i maggiori costi legati agli aumenti energetici e alla spesa quotidiana. "Con il piano Crescibusiness mettiamo a disposizione delle piccole imprese del territorio un ampio plafond di liquidità per supportarle nella crescita sostenibile, in linea con i principi del PNRR – ha commentato Pierluigi Monceri, direttore regionale Milano, Monza e Brianza Intesa Sanpaolo - La nostra Banca, da sempre

attenta alle esigenze del tessuto imprenditoriale locale, ha pensato a nuove soluzioni di finanziamento per supportare il settore terziario, con particolare attenzione a quello del turismo, nella riqualificazione delle strutture ricettive così come nella riqualificazione energetica e ambientale".

"Gli strumenti messi in campo da Intesa Sanpaolo per le imprese, anche quelle più piccole, sono importanti e riguardano più aspetti operativi – ha rilevato Paolo Ferrè, presidente Fidicomet, il Fondo di garanzia fidi Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e presidente Federascomfidi – La difficile fase economica in atto e le dinamiche di inflazione e tassi d'interesse riportano in evidenza l'importanza dei piani d'impresa e della comunicazione fra impresa e banca. A tassi crescenti, ad una scarsa comunicazione e a piani d'impresa non sufficientemente strutturati corrisponde, infatti, un concreto rischio di riduzione del credito. Come associazione e confidanti noi siamo interlocutori e facilitatori con le banche. E svolgiamo attività di consulenza e tutor finanziario per le imprese. Molto importante è anche la sfida digitale da affrontare, magari in integrazione con il sistema bancario".

"Dal credito, allo sportello welfare attivo da 5 anni, agli interventi con gli enti bilaterali, a iniziative ad hoc come lo sportello per la certificazione della parità di genere con concreti vantaggi operativi (come l'agevolazione alla partecipazione di bandi e gare) – ha aggiunto Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – le imprese trovano con i nostri servizi risposte importanti che il mercato richiede. La certificazione della parità di genere comincia, ad esempio, ad essere un requisito cercato sempre più da parte di catene di fornitori e partner internazionali. Con la bilateralità nel 2022 sono stati erogati 4 milioni di euro; la gestione dei benefit qualifica l'attività di welfare".



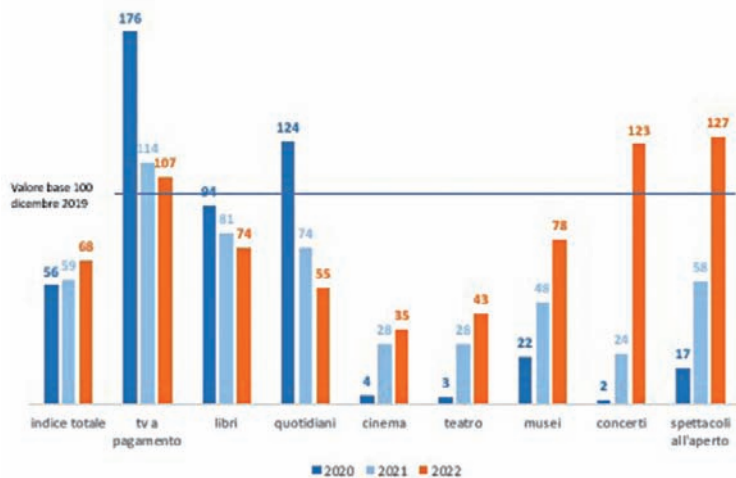
Focus sul terziario, in particolare su turismo e ricettività con Federalberghi Milano, nell'iniziativa promossa con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



Presentato a Milano, presso la Fondazione Rovati, il decimo report dell'Osservatorio di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, in collaborazione con Swg



Andamento dell'indice di consumi culturali Confcommercio SWG totale e per categoria di spesa



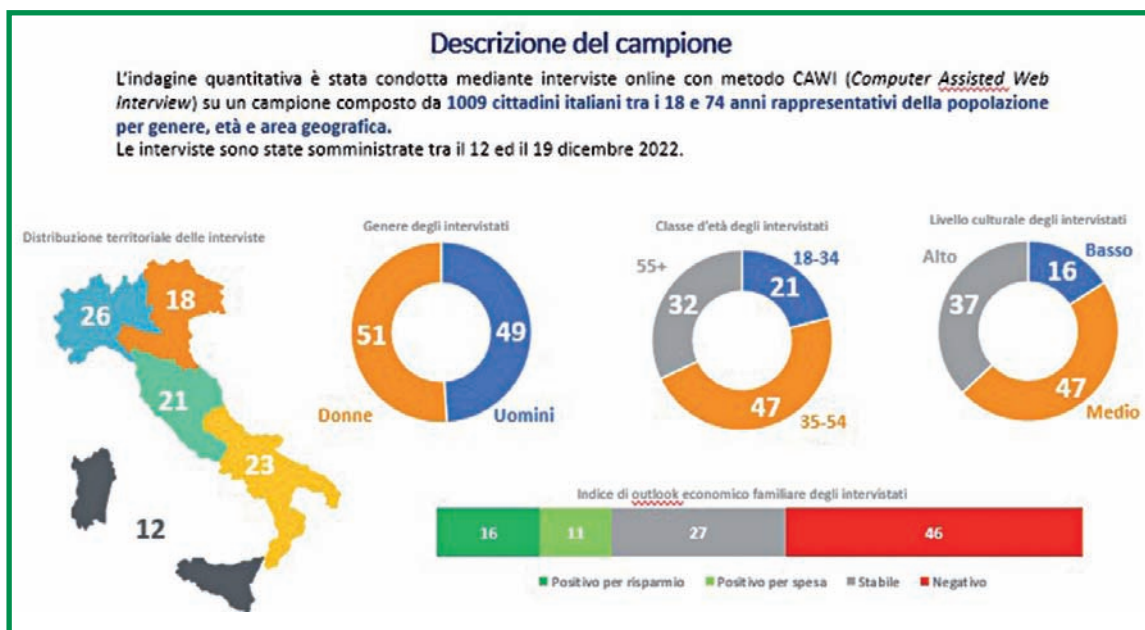
Spesa media familiare percepita	
Dicembre 2019	113,0 €
Dicembre 2020	59,6 €
Dicembre 2021	60,1 €
Dicembre 2022	66,2 €
Spesa media familiare prospettata	
Primo trimestre 2023	155,3 €

Consumi culturali in ripresa ma per meno persone e non ancora ai livelli pre-Covid Renderli fiscalmente detraibili

Consumi culturali? In ripresa, ma non ancora ai livelli pre-Covid. Diminuiscono i consumatori, ma aumenta la spesa media dei consumatori abituali di prodotti culturali. Si ritorna a frequentare gli spettacoli dal vivo e si stabilizza, nei libri, la scelta tra digitale e carta, quotidiani e riviste. Questi, in sintesi, alcuni tra risultati che emergono dal decimo report dell'Osservatorio sui consumi culturali degli

italiani di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, realizzato in collaborazione con Swg (riferito al mese di dicembre 2022), e presentato a Milano presso la Fondazione Rovati. Alla presentazione, con il presidente di Impresa Cultura Italia Confcommercio Carlo Fontana, Piero Fiechter, fondatore Libraccio Milano e presidente di Ali Milano (librai); Piera Detassis, presidente e direttrice artistica della Fondazione Accademia del Cinema Italiano – Premi David di Donatello; Lionello Cerri, ad Anteo Spazio Cinema Milano; Claudio Longhi, direttore Piccolo Teatro Milano. Saluti d'apertura di Giovanna Forlanelli Rovati, presidente della Fondazione Rovati.

“I dati che emergono dal nostro osservatorio sono caratterizzati da molte luci e qualche ombra, e si possono sintetizzare ▶



(Presentazione, presso la Fondazione Rovati, dell'Osservatorio di Impresa Cultura Italia-Confcommercio: alcune foto di Federico Giusti)

così: aumenta la spesa, ma diminuiscono i consumatori. Emerge una divaricazione sociale: si spende di più in cultura se si ha maggiore disponibilità economica. Questo fenomeno necessita di correttivi che devono necessariamente andare in due direzioni: una grande azione di formazione, in particolare delle giovani generazioni” e “la detraibilità dei consumi culturali”, ha rilevato Fontana.

L'inflazione, il caro energia e i problemi che hanno portato le famiglie a controllare le spese, hanno influito sui consumi culturali: per più di un intervistato su tre sono stati tagliati. La scelta di ridurre le spese in consumi culturali non è però uniforme all'interno della popolazione, ma colpisce maggiormente le classi sociali con un capitale economico e culturale più basso che avevano già livelli di spesa modesti.

L'indice di sintesi dell'andamento dei consumi culturali degli italiani conferma per il 2022 una ripresa, mostrando però dinamiche molto diverse in relazione ai diversi consumi specifici. Per esempio, la fruizione di programmi, film e telefilm in tv da canali a pagamento è aumentata del 10% rispetto al 2019. La proiezione dei consumi futuri rispetto all'anno scorso è in calo, con l'eccezione di riviste/fumetti e quotidiani (18%, in variazione +1%) e i concerti dal vivo (dato stabile al 14%). L'indice generale rimane ancora al di sotto del dato 2019, mentre alcuni degli indici specifici hanno ampiamente superato il dato 2019. Al netto dei valori dell'indice, i dati sulla percezione delle spese sostenute e di quelle per i prossimi mesi evidenziano un andamento ambivalente: da un lato si riduce il numero di consumatori, dall'altra cresce la spesa media di chi continua ad acquistare beni e servizi culturali. Aumento della spesa media sia per fattori inflattivi (per



cui si spende di più per acquistare lo stesso bene/servizio rispetto al passato), sia per un effettivo incremento dei consumi della quota di popolazione interessata a questo tipo di beni. Ad esempio, rispetto al 2021 cresce la spesa per assistere a concerti dal vivo (+28,1 euro), partecipare a festival culturali (+9,7 euro) o visitare mostre e musei (+8,7 euro).

La riduzione del numero di consumatori appare più accentuata per i servizi in abbonamento, ad eccezione che per le piattaforme tv e cinema a pagamento (+13%). Le prospettive sul primo trimestre 2023 sono in linea con quelle registrate per il mese di dicembre 2022, anche se la spesa media percepita nel mese di dicembre 2022 appare più bassa (66,2 euro). Il dato della rilevazione di dicembre 2022 conferma, inoltre, una serie di tendenze in atto, che vedono un progressivo allontanamento dalla fruizione digitale degli spettacoli dal vivo a favore della partecipazione in presenza e una stabilizzazione dei rapporti tra consumi digitali e fisici per quanto riguarda la lettura di libri, quotidiani e riviste. Mentre cresce l'utilizzo delle piattaforme web in abbonamento e in streaming (+3% rispetto a dicembre 2021), spinta soprattutto dalle generazioni più giovani (under 34 per il 44%), restano stabili rispetto a un anno fa le quote di lettori,

▶▶▶ segue a pag. 19 ▶▶▶

Accedi a vantaggi fiscali e benefit con un piano di **Welfare** aziendale

Conosci lo Sportello Welfare Gratuito di Confcommercio Milano? Ti proponiamo soluzioni su misura e un piano di welfare personalizzato, con vantaggi esclusivi e benefit pensati per rispondere ai bisogni dei tuoi dipendenti oltre ad importanti vantaggi fiscali per la tua azienda. Scopri come le nostre proposte di welfare possono migliorare la tua realtà imprenditoriale.



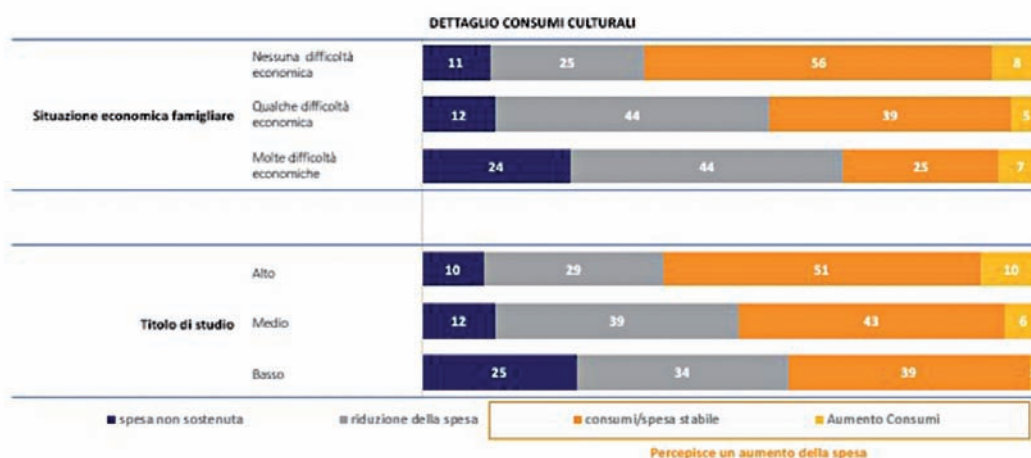
▶ ▶ ▶ segue da pag. 17 ▶ ▶ ▶

sia in cartaceo (ancora prevalente con il 53%) che in digitale. La fruizione dei quotidiani resta legata in maggioranza all'utilizzo delle edizioni web gratuite (56%). Per quanto riguarda il teatro, a fronte della sostanziale stabilità del dato sulla fruizione dal vivo (35%), continua la riduzione della fruizione teatrale via tv (-7% rispetto a dicembre 2021). Lo stesso accade per opera, balletti e concerti di musica classica in televisione (-7% rispetto



Le scelte sui consumi culturali sono fortemente condizionate dalla situazione economica familiare e dal titolo di studio dell'intervistato

Pensi a Dicembre del 2021, le chiediamo di fare un confronto tra quelle che erano le sue spese in quel periodo e quelle che sono le sue spese in questo mese. Per ciascun ambito può indicare se c'è stata una variazione e di che tipo...?

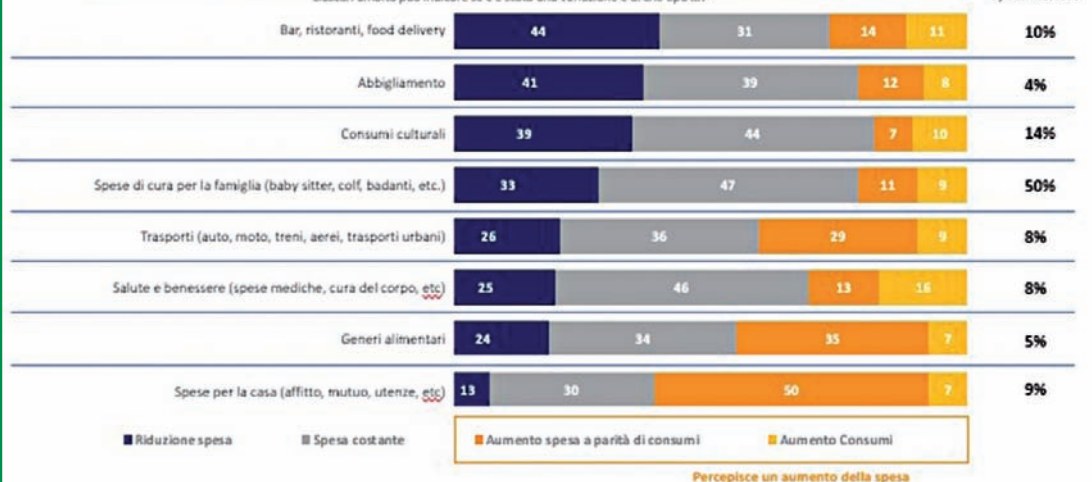


detraibilità fiscale (37%). Infine, ne esce rafforzata la percezione del ruolo che le iniziative culturali giocano all'interno delle città, sia come occasioni di socialità che come volano commerciale e attrattore turistico. Il 64% dei più soddisfatti risiede nei centri con più di 100.000 abitanti e il 48% nel Nord Italia. Più soddisfatti poi sono i soggetti che generalmente

allo stesso mese del 2021). Riprende la partecipazione a concerti di musica leggera dal vivo (+7%) e al contempo si stabilizza la loro fruizione in streaming. Anche per gli eventi culturali, si conferma la decrescita della fruizione a distanza (in un anno -6%). Rispetto al 2021, aumenta la quota di chi vuole assistere dal vivo agli spettacoli, in particolare per il teatro di prosa (+9%). Quanto alle modalità con cui si ritiene debba essere sostenuta la cultura, resta pressoché stabile la scala delle priorità, che vede ai primi posti l'erogazione di bonus (41%) e di iniziative di

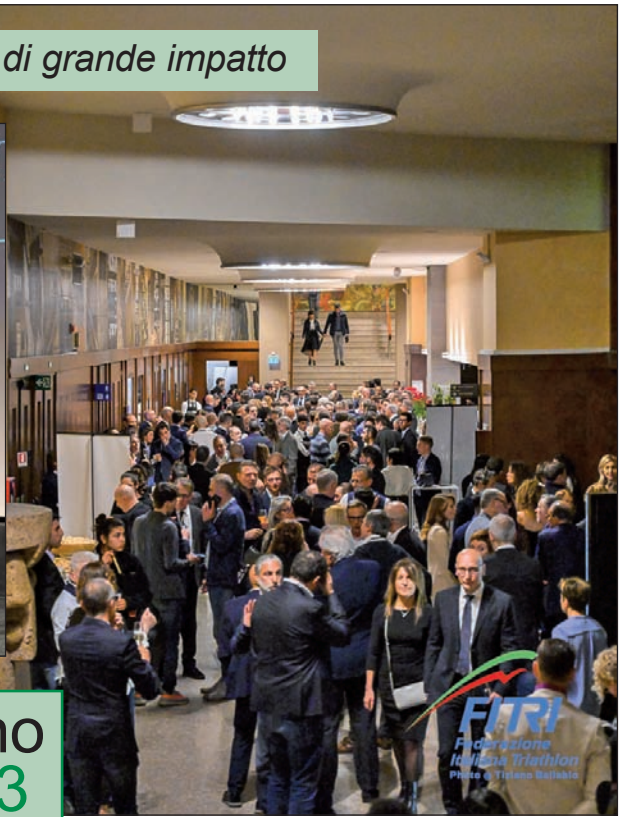
Percezione generalizzata di aver ridotto la spesa in quasi tutti i settori, per più di un intervistato su tre anche i consumi culturali sono stati tagliati

Pensi a Dicembre del 2021, le chiediamo di fare un confronto tra quelle che erano le sue spese in quel periodo e quelle che sono le sue spese in questo mese. Per ciascun ambito può indicare se c'è stata una variazione e di che tipo...?



hanno una maggior spesa in consumi culturali. Cresce inoltre la quota di intervistati che ritiene giusto che l'offerta culturale sia finanziata con denaro pubblico (+5% da settembre a dicembre 2022).

Sport e spettacolo in una manifestazione di grande impatto



In Confcommercio Milano il Gala del Triathlon 2023

Sandra Mairhofer e Michele Sarzilla triatleti dell'anno; Francesca Tarantello, e la sua guida Silvia Visaggi, e Giuseppe Romele paratriatleti dell'anno. Sono tra i numerosi premiati al Gala del Triathlon svoltosi in Confcommercio Milano, a Palazzo Castiglioni con la Federazione Italiana Triathlon (FITri). Nella serata, condotta da Dario Nardone con Max Giusti e Vittoria Castagnotto, sono intervenuti l'astronauta e triatleta Luca Parmitano; Silvia Salis, vicepresidente vicario del Coni; il presidente lombardo del Coni Marco Riva, la presidente del Consiglio Comunale milanese Elena Buscemi. Per Confcommercio è intervenuto il presidente di Asseprim Umberto Bellini. Altri ospiti (appassionati di Triathlon) sono stati il presidente FCI Cordiano Dagnoni, l'attore-architetto Dario Lanaro, il dj Andrea Marchesi, la showgirl Justine Mattera e il designer Yuri Scarpellini. La serata milanese, con La Gazzetta dello Sport come media partner, è stata trasmessa in diretta streaming sul sito di Gazzetta Active oltre che sui canali di FITri e Mondo Triathlon.



Il presidente Asseprim Umberto Bellini, intervenuto al Gala Triathlon per Concommercio





*Sempre più imprese usano questo strumento.
Negli ultimi quattro anni domande di arbitrato aumentate del 28%*

Dallo scorso 1° marzo sono entrate in vigore le nuove disposizioni per i procedimenti arbitrali depositati in CAM, la Camera Arbitrale di Milano. La Legge di Bilancio ha infatti anticipato al 28 febbraio di quest'anno l'entrata in vigore della Riforma della giustizia civile (D. Lgs. 149/2022).



**CAMERA
ARBITRALE
DI MILANO**

Arbitrato, le novità del Regolamento della Camera Arbitrale di Milano (CAM)

Queste le principali modifiche introdotte con il nuovo Regolamento Arbitrale CAM:

- ▶ salvo diverso accordo delle parti, gli arbitri potranno adottare provvedimenti cautelari, urgenti e provvisori, anche di natura anticipatoria. Come avviene dinanzi al Giudice statale, gli arbitri potranno pronunciare detti provvedimenti senza convocare la parte resistente, se dalla sua convocazione può derivare un grave pregiudizio alle ragioni di chi ha fatto istanza, ferma la successiva tutela del contraddittorio;
- ▶ le parti possono chiedere all'Arbitro d'urgenza, arbitro unico nominato dalla Camera Arbitrale entro 5 giorni dal deposito dell'istanza, di adottare i provvedimenti cautelari. L'intera procedura si conclude entro 20 giorni; seguirà l'arbitrato di merito da instaurarsi entro il termine perentorio di 60 giorni decorrenti dal deposito dell'istanza con la quale si è richiesto l'intervento dell'Arbitro d'urgenza.

Si sono inoltre apportate alcune piccole modifiche, suggerite dalla prassi applicativa. In particolare:

- ▶ l'ampliamento dei provvedimenti che, in forma anonima, possono essere pubblicati a fini scientifici; la Camera potrà mettere a disposizione di studiosi e pratici dell'arbitrato non soltanto i lodi, ma anche le ordinanze e i provvedimenti resi dagli arbitri nel corso dei procedimenti; è rimasta ferma la possibilità per le parti di opporsi alla pubblicazione, entro il termine di 30 giorni decorrente dal deposito del lodo;
- ▶ la revisione dell'articolo dedicato al deposito degli atti introduttivi (domanda, risposta, replica) nel procedimento di arbitrato semplificato, dedicato ai casi meno complessi, che consente alle parti di giungere ad un lodo entro 3 mesi dalla costituzione dell'Arbitro unico, con un risparmio di costi di circa il 30% rispetto al procedimento ordinario.

Sono rimaste invariate le norme poste a garanzia del principio del contraddittorio tra le parti e del diritto di difesa, così come è stato confermato il Codice deontologico degli arbitri, annesso al Regolamento. Anche il Tariffario non è stato modificato, rimanendo dunque invariati sia gli onorari dell'istituzione sia gli onorari spettanti agli arbitri.



Il nuovo Regolamento Arbitrale CAM recepisce le novità introdotte dalla Riforma che attribuisce agli arbitri i poteri cautelari, precedentemente preclusi. Il Regolamento si applica a tutti i procedimenti introdotti a partire dal 1° marzo.

La revisione del Regolamento è frutto del lavoro e dell'analisi del Consiglio Arbitrale e della Segreteria Generale della Camera Arbitrale di Milano.

Per rafforzare le garanzie di imparzialità e indipendenza degli arbitri, il legislatore ha previsto l'obbligo degli stessi di rivelare ogni circostanza che possa mettere in dubbio la propria indipendenza. L'obbligo di "disclosure" è stato adottato dalla Camera Arbitrale di Milano nel suo Regolamento ben prima di questa riforma. Altra novità è la rimozione del divieto

degli arbitri di adottare provvedimenti cautelari che, prima della riforma, erano prerogativa esclusiva del giudice ordinario. Questi interventi colmano una lacuna che differenziava il nostro sistema da quello di altri ordinamenti rendendo l'Italia una sede sempre più appetibile per lo svolgimento di procedure arbitrali internazionali. Un'altra modifica riguarda l'esecutività del lodo straniero: è prevista, infatti, l'immediata esecutività del decreto con il quale il presidente della Corte d'Appello dichiara l'efficacia del lodo straniero con contenuto di condanna.

I dati

Le controversie - ha dichiarato Stefano Azzali, direttore generale della Camera Arbitrale di Milano (CAM) - rallentano l'attività di un'azienda e, soprattutto se protratte nel lungo periodo, ostacolano gli investimenti e l'occupazione. "Sempre più imprese negli ultimi anni stanno riconoscendo il valore dell'arbitrato - ha spiegato - per la sua capacità di risolvere le liti in modo rapido e con costi certi e predeterminati. Lo confermano i nostri dati: negli ultimi 4 anni (2019-2022) in CAM le domande di arbitrato sono aumentate del 28%, per un valore complessivo annuo dei procedimenti gestiti pari a 477 milioni di euro. Risultano stabili i procedimenti internazionali amministrati da CAM, che negli ultimi 4 anni pesano mediamente il 20% sul totale. Si riduce la durata dei procedimenti arbitrali del 7% nei 4 anni presi in considerazione".



Stefano Azzali, direttore generale della Camera Arbitrale di Milano (CAM)

Edicole: l'indagine Snag Confcommercio

Le edicole oggi in Italia sono circa 12mila e, di queste, quasi la metà svolge ulteriori attività rispetto alla vendita di quotidiani e periodici che resta comunque prevalente. Tra il 2021 e il 2022 hanno registrato una contrazione del 3,5%, ma il trend negativo si è fortemente attenuato rispetto agli ultimi anni (-13,3% nel periodo 2018-2019 e -6,5% tra il 2020 e il 2021)

anche grazie alle misure di sostegno al settore che hanno ridotto l'emorragia di imprese e che

vanno, dunque, confermate e incrementate.

Sono questi i principali risultati emersi da un'indagine di Snag, il Sindacato Nazionale Autonomo Giornalai aderente a Confcommercio, realizzata in collaborazione con Format Research.

Secondo l'indagine, è forte il rischio desertificazione in molti Comuni soprattutto là dove è più fragile, esigua o addirittura inesistente la presenza di punti vendita: il 25% dei Comuni italiani non ha un'edicola mentre il 30% (circa 2mila e 500



Conferenza di presentazione dell'indagine Snag in Confcommercio: da sinistra Andrea Liso, ad M-Dis Distribuzione Media spa; Andrea Riffeser Monti, presidente Fieg (Federazione italiana editori giornali) ed editore QN; Andrea Innocenti, presidente Snag Confcommercio e Gabriella Giorgi (distributore locale Firenze)

Comuni) ha solo una rivendita. A livello territoriale, il maggior numero di chiusure nel 2022 si è registrato nella provincia di Roma (77, di cui 54 nella città), seguita da Milano (61, di cui 34 nella città), Napoli (34) e Firenze (28).

Per la quasi totalità dei clienti (96,2%) le edicole rappresentano un presidio sociale e informativo; l'83% degli italiani ritiene importante l'informazione in edicola e per due clienti su tre la perdita del punto vendita di fiducia determinerebbe un minore accesso all'informazione. (FG)



Per la Giornata mondiale del riciclo

“Se sono di plastica, Rifioriranno” Nuova campagna del progetto RiVending (Confida, Corepla e Unionplast)

RiVending, il progetto, nato nel 2019, promosso da Confida (l'Associazione Italiana Distribuzione Automatica aderente a Confcommercio), Corepla e Unionplast, che dà nuova vita a bicchierini del caffè, bottiglie di acqua minerale e bibite in plastica dei distributori automatici, dallo scorso 18 marzo, Giornata Mondiale del Riciclo, è diventato protagonista della campagna di sensibilizzazione “Se sono di plastica, Rifioriranno”.

Il concetto di Rifioritura è alla base di questa campagna, che vuole essere simbolica ed evocativa, volta a “raccontare” il processo di riciclo della plastica realizzato attraverso RiVending. L'obiettivo è quello di stimolare nel consumatore

l'interesse per il riciclo e per l'economia circolare, proprio a partire dai materiali plastici utilizzati nei distributori automatici, a cui tutti siamo chiamati a contribuire anche col progetto RiVending. Ad oggi sono stati già installati in aziende, scuole, università e uffici pubblici, in tutta Italia, oltre 13 mila cestini che raccolgono e riciclano la plastica dei distributori automatici consentendo un risparmio di oltre 1.000 tonnellate di CO2 all'anno.

La campagna per il progetto RiVending, ideata da Agenzia YES! S.p.A., si rivolge a 39 milioni di lavoratori e studenti italiani, attraverso un media plan digitale e innovativo: canali social, TikTokers, Google Display, attività di proximity tramite mobile ADV presso luoghi di transito e università, audio advertising su piattaforme di streaming musicale, campagne OOH (Out of Home), sia offline che digital. (SM)

Il 28 aprile la Giornata della Ristorazione



Giornata della Ristorazione
Per la Cultura della Ospitalità italiana



Ricette a base di pane. Per ogni piatto dedicato alla Giornata e ordinato dai clienti, viene devoluto 1 euro a Caritas Italiana

Confcommercio, la Federazione italiana pubblici esercizi, con il “fil rouge” del pane. Ogni ristorante che aderisce alla Giornata registrandosi sulla piattaforma, deve proporre una ricetta a base di pane, con la quale rendere la propria interpretazione del tema dell'ospitalità. L'evento vuole riunire – sotto il comune denominatore del valore dell'ospitalità chef e ristoratori a tutti i livelli: ristoranti, trattorie, osterie, pizzerie e taverne.

Venerdì 28 aprile – segnala Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi - è in programma la prima edizione de “La Giornata della ristorazione”, iniziativa organizzata da Fipe-

La scelta di dedicare un piatto che abbia tra gli ingredienti il pane deriva, da una parte, dal valore di condivisione che quest'alimento esprime e, dall'altra, dall'azione benefica collegata all'iniziati-

va con l'attività di charity promossa da Fipe: per ogni piatto dedicato alla Giornata e ordinato dai clienti, viene devoluto 1 euro a Caritas Italiana. (AL)



FEDERAZIONE ITALIANA PUBBLICI ESERCIZI



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Per informazioni e adesioni contattare Epam: 027750343.
Email della segreteria organizzativa dell'iniziativa:
giornataristorazione@magentabureau.it

Fipe-Confcommercio: Talent Day per trovare oltre 140 mila addetti nei pubblici esercizi

Sono oltre 140 mila le figure professionali richieste dal comparto dei pubblici esercizi nel trimestre febbraio-aprile. In pratica, oltre la metà dei lavoratori ricercati

dall'intero settore turistico, che ammontano complessivamente a 210.000. L'allarme è stato lanciato da Fipe-Confcommercio che ha sottolineato come, pur in presenza di una significativa ripresa dei consumi nel corso degli ultimi due anni, i livelli di occupazione non abbiano ancora eguagliato quelli pre-pandemia. Per i pubblici esercizi si acquiscono i problemi connessi alla mancanza di personale: dalle cucine e le sale dei ristoranti, ai banconi dei bar e dei locali di intrattenimento. Non è solo l'esigenza di personale stagionale a preoccupare il settore, ma anche la strutturale difficoltà nel reperire personale qualificato. Per incentivare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro qualificato, Fipe propone il Talent Day, roadshow nelle principali città italiane che, dopo il successo registrato nel

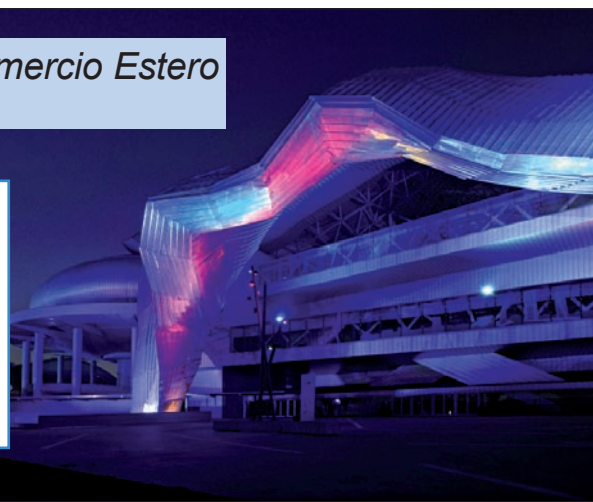


2022 con 500 aziende coinvolte e oltre 5.000 partecipanti, ritorna quest'anno alla sua seconda edizione. Il Talent Day ha l'obiettivo di mettere in contatto le scuole alberghiere e dell'enogastronomia, le agenzie per la somministrazione, i giovani in cerca

di un impiego e gli imprenditori che faticano a trovare personale. Infatti, rileva Fipe-Confcommercio, almeno per il 30% delle figure richieste, le imprese hanno difficoltà di reperimento per ridotto numero di candidati mentre per il 13,8% il motivo principale è l'inadeguatezza dei curricula presentati. Il settore dei pubblici esercizi conta oggi circa 800.000 dipendenti. Secondo le elaborazioni Fipe-Confcommercio, la figura professionale più ricercata è quella del cameriere di sala: le imprese stanno cercando circa 55 mila persone con questa qualifica. Seguono poi cuochi e aiuto cuochi (circa 30.000), banconieri di bar (15.610), banconieri di gelateria (10.040). Si tratta di figure per le quali, in almeno 7 casi su 10, vengono richieste esperienze pregresse nel settore. (SM)

Organizzata dall'Associazione Italiana Commercio Estero con Trade Events

Aice: l'11 e 12 ottobre torna a Milano "Go International" la fiera dei servizi per l'export



Dopo l'ottimo esito dell'edizione 2022, torna più ampia a Milano l'11 e il 12 ottobre presso Allianz MiCo Fiera Milano Congressi "Go International", la fiera dei servizi per l'export, organizzata da Aice, l'Associazione italiana commercio estero che rappresenta le imprese con attività di import e di export, e da Trade Events, società specializzata nell'organizzazione di eventi fieristici e di partecipazioni di aziende italiane a fiere internazionali.

Oltre alle istituzioni nazionali dedicate alla promozione del Made in Italy l'11 e 12 ottobre saranno presenti all'Allianz MiCo Fiera Milano Congressi, in qualità di espositori: istituti bancari, temporary export manager, operatori della logistica internazionale, spedizionieri, società di certificazione di conformità, assicurazioni crediti export, studi legali internazionali, consulenti export, piattaforme per e-commerce internazionale, agenzie di promozione di Paesi esteri, Camere di commercio italiane all'estero ecc.

A "Go International" quest'anno è prevista la presenza di più di 100 espositori con un fitto programma di convegni (oltre 50) dedicati alla presentazione delle opportunità di business offerte dai principali mercati esteri e delle ultime novità in tema di servizi per l'export.

Con Aice sono già più di 70 gli espositori confermati, tra cui: AC&E, ActionGroup, Agenzia Servizi Esteri Avigni Margherita, Ancex Associazione Nazionale Consorzi Export, Assocad - Associazione Nazionale Centri di Assistenza Doganale, Assocamerestero, Atradius Collections BV, Austrian Business Agency (ABA), Banco di Desio e della Brianza, BDO TAX, Bper Banca, Bugnion, Bureau Veritas Italia, Cad Battaglino, CAD centro assistenza doganale Leo Antelli, Cinc Pedres export management, Cippà Trasporti, Circle Group, Cocuzza & Associati,



Al MiCo Fiera Milano Congressi obiettivo più 100 espositori (70 già confermati) e oltre 50 convegni in programma

Concretare, Distribuzione Logistica Europea, Dom Network, Ebury Partners Belgium, Elexi Studio Legale, Euroconsult, Everap, Execus Italia, EXP Legal, Export Circle (gold sponsor), Fioravanti, Gwa Asia, Hermes Validating & Consulting, Heroes, HKTDC, Horizons (Shanghai) Corporate Advisory Co Ltd, IBS Italia/Exportiamo.it, Imit - Associazione Italiana

GoINTERNATIONAL
La fiera dei servizi per l'export



Riccardo Garosci, presidente Aice e vicepresidente Confcommercio
(foto di Massimo Garriboli)

Manager per l'Internazionalizzazione, Innovalang, InvestHK, Italia Marketing GmbH, Italian Fair Service, Itwill, Kpmg - Studio associato, Laghezza, LC Larizza Consulting Insurance Broker, Marketways, Matchplat, Mb Express, McNeese Customs & Commerce, Minding, Modo customs services, Obiettivo Sviluppo, Octagona, Open - SM International, Overpartners, Patrol International, Proa Latam, Qvadra, Rete Italdesk, Roncucci & Partners, RubiconEX, SCS Venturini, Studio

Legale Toriello, Studio Legale Padovan, Swiss Business Hub Italy, Tem Italia, Trade Cube, Transatlantic Advisory, Tuv Rheinland Italia, Vehnta, YBC Global, Your Export Studio, ZPC.

FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza e RICS Protocollo d'intesa per le buone pratiche nel Real Estate



Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano, Lodi, Monza e Brianza (foto di Massimo Garriboli)

“Sono molto orgoglioso di sottoscrivere questo accordo tra RICS Italia e FIMAA MiLoMB – ha rilevato Massimiliano Pulice, Chair Advisory Board RICS Italia - che porrà le basi per una collaborazione fondamentale per il settore italiano della intermediazione immobiliare.

FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza, l'Associazione degli agenti immobiliari e merceologici, e RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors) hanno sottoscritto un protocollo su valori, deontologia, tutela del mercato, formazione, ricambio generazionale e buone pratiche nel Real Estate.

RICS mette a disposizione i propri standard globali per incentivare la diffusione dei valori di etica e di abilità sul campo: un percorso di collaborazione già intrapreso da RICS in precedenza con altre associazioni in Europa e che ora muove i primi passi anche in Italia.

FIMAA MiLoMB e RICS condividono anche un altro importante obiettivo comune: fare cultura e stimolare i giovani ad intraprendere un percorso di carriera e di formazione nel Real Estate. Insieme a università, istituti di formazione e altre associazioni di settore si stanno, infatti, attivando per costruire un dialogo con le nuove generazioni di professionisti, con l'obiettivo di colmare il mismatching e creare un futuro di nuove professionalità. RICS lancerà in tal senso il progetto MatRICS (dedicato ai giovani) e FIMAA MiLoMB ha avviato con il proprio Gruppo Giovani un progetto per definire nuove linee guida nella collaborazione tra colleghi.

“Questo protocollo con RICS si inserisce perfettamente nel nostro documento programmatico di questo mandato 2021–2026 – ha affermato Vincenzo Albanese, presidente FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza – che mette formazione permanente, professionalizzazione, innovazione e internazionalizzazione al centro del processo di evoluzione della professione di agente immobiliare, sempre nel rispetto di etica e deontologia, per la salvaguardia della categoria e del mercato. Il necessario investimento sulle giovani generazioni è un impegno comune che, insieme a RICS, alle istituzioni e ad altri attori della filiera, ci permetterà un vero cambiamento”.

Abbiamo posto il primo mattone di un percorso che ci vedrà insieme nell'organizzazione di attività e iniziative congiunte per condividere i valori RICS di etica, trasparenza, integrità e gli standard professionali RICS con i professionisti di FIMAA MiLoMB”.

(Nelle due pagine successive altre notizie FIMAA Milano, Lodi Monza e Brianza con le rilevazioni del mercato immobiliare)

dal 1964 • 117ª EDIZIONE

L'ARTE A CIELO APERTO
BAGUTTA

VIA BAGUTTA

22&23 Aprile
2 0 2 3
M I L A N O

Un appuntamento storico di Milano due giorni con gli artisti in via Bagutta e via Baguttino Nel quadrilatero della MODA la via dell'ARTE

Gruppo Culturale Artisti di via BAGUTTA APS
www.pittoribagutta.it
pittoribagutta@gmail.com

Con il Patrocinio di: Regione Lombardia, Comune di Milano

Media Partner: Puntoarte

Con la collaborazione di: Grafica & Video di viale Spadari 6, Puntaggio Piazza, Gruppo Artisti Bagutta

Reportage Photo "Bagutta" www.gruppoartistibagutta.it

Mercato immobiliare a Milano Monza Brianza, Lodi Le rilevazioni di FIMAA MiLoMB

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

Prezzi e andamento del mercato (compravendita e locazioni) per immobili residenziali, negozi, uffici (2022): in queste pagine le rilevazioni di FIMAA Milano, Lodi, Monza e Brianza (l'Associazione degli agenti immobiliari e merceologici aderente a Confcommercio MiLoMB. Ha collaborato, nell'elaborazione dei dati, l'Ufficio Studi).

Milano, quotazioni record per gli immobili residenziali e affitti in forte crescita anche nelle zone periferiche della città



1

Marco Zanardi

Compravendite e locazioni a Milano città. Nonostante una leggera contrazione del numero delle compravendite di immobili residenziali (da 6.125 a 5.815 transazioni, pari a una flessione del 5% nel terzo trimestre del 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021), continua a crescere il valore delle case a Milano, come emerge dall'ultima rilevazione di FIMAA MiLoMB: nel secondo semestre del 2022, le quotazioni residenziali (riferite al nuovo, agli appartamenti recenti e a quelli vecchi) sono aumentate, nel capoluogo lombardo, in media del 3% in confronto ai primi sei mesi dell'anno scorso. Rispetto al 2020 i prezzi sono lievitati di oltre il 20% per tutte le tipologie di immobili e i valori al metro quadrato sono ora ai massimi: in media, il costo delle abitazioni nuove ha sfondato il tetto dei 6.000 euro/mq., quello degli immobili recenti si attesta a 4.911 euro/mq. e

quelle delle case più vecchie è pari a 3.851 euro/mq. Crescono, inoltre, sempre nel secondo semestre 2022, le quotazioni per i negozi (3.744 euro al metro quadrato; +5% rispetto ai sei mesi precedenti) e per gli uffici (2.950 €/mq. +3%), consolidando così il trend iniziato nel 2020 (rispettivamente +16% per i primi e +13% per i secondi). I maggiori rincari residenziali si registrano nella zona Est di Milano dove, da un semestre all'altro, i valori degli appartamenti vecchi, recenti e nuovi sono cresciuti rispettivamente del 9, del 7 e del 6%.

Anche la domanda di appartamenti da affittare è cresciuta, per diversi motivi: dal ritorno delle lezioni in presenza nelle università alla riduzione dello smart working. Si registrano forti aumenti per i canoni di locazione degli immobili residenziali un po' dappertutto in città: se, nella cerchia dei Bastioni, l'affitto di monolocali e bilocali è cresciuto, rispettivamente, del 13% e del

10% nel secondo semestre del 2022 rispetto ai primi sei mesi dello scorso anno, colpisce il dato relativo alle periferie per tutte le tipologie residenziali e, in particolare, per i bilocali, il cui affitto mensile è passato da 600 a 700 euro con un incremento del 17%. Rispetto all'inizio del 2020, i canoni di locazione sono aumentati in misura significativa (+20/30%) per tutte le tipologie residenziali, dai monolocali ai trilocali.

Compravendite e locazioni Area metropolitana milanese. Da Milano città all'Area metropolitana la situazione cambia un po': il numero di compravendite residenziali è leggermente aumentato (+2%), passando dalle 10.162 transazioni del terzo trimestre 2021 alle 10.361 dello stesso periodo di 2022, mentre calano, seppur di poco, le compravendite di uffici, laboratori e negozi. Le quotazioni immobiliari residenziali non mostrano lo stesso dinamismo rilevato nel capoluogo: vi è infatti una sostanziale stazionarietà, con variazioni nell'ordine dell'1-3% per tutte le tipologie (nuove, recenti e vecchie abitazioni). I valori delle case sono comunque ai massimi e sono pari a 2.163 €/mq. per gli appartamenti nuovi, 1.516 €/mq. per quelli recenti e 1.030 €/mq. per quelli più vecchi.

Per quanto riguarda, in particolare, le nuove costruzioni a uso residenziale, spicca il rincaro registrato nella zona Sud-Est (+7%), che non ha eguali nella serie presa in esame: i prezzi sono aumentati nei Comuni più serviti dai trasporti, come San Donato capolinea della M3, dove le nuove costruzioni raggiungono valori anche di 4.000 €/mq, cui si aggiungono Melegnano, Opera, Pieve Emanuele, Peschiera Borromeo e Paullo.

Quanto alla tipologia di immobili da acquistare, si cercano soluzioni dotate di terrazzi e balconi, spazi aperti, villette e condomini con giardini.

I coordinatori dei listini prezzi FIMAA Milano, Lodi, Monza e Brianza: per la città di Milano Marco Zanardi, consigliere FIMAA MiLoMB (foto 1); per la Città Metropolitana milanese e Lodi Flavio Bassanini, vicepresidente vicario FIMAA MiLoMB (foto 2 a pag. 27); per Monza Brianza Giulio Carpinelli, vicepresidente FIMAA MiLoMB (foto 3 a pag. 27)

Monza: in città corrono i prezzi delle case, in provincia brilla la zona Est

Monza, compravendite residenziali. Ha dato segni di vivacità, nel secondo semestre del 2022, il mercato immobiliare a Monza per quanto riguarda le transazioni residenziali: in città, infatti, le quotazioni delle case nuove sono aumentate del 4% rispetto ai primi sei mesi dell'anno (e dell'8,6% rispetto al 2020), mentre quelle degli appartamenti recenti si sono apprezzate del 5% (+13,4% in confronto al 2020); +5% è stato anche l'incremento delle abitazioni vecchie (+10,7% rispetto al 2020). Case nuove: nel secondo semestre dello scorso anno le quotazioni per questa tipologia di immobili hanno raggiunto i 5.200 €/mq nel centro di Monza (contro i 4.700 €/mq. dei primi sei mesi del 2020), i 3.356 €/mq. nella zona nord (contro i 3.156 €/mq. del 2020), i 3.117 €/mq. in quella ovest (erano 2.808 €/mq.) e i 2.415 €/mq. in quella est (erano 2.260 €/mq. nel primo semestre del 2020).

Monza, negozi ed uffici. Per negozi e uffici la tendenza a Monza è stata, invece, decisamente meno brillante: per i primi, le quotazioni sono aumentate solo dell'1% nel 2022 da un semestre all'altro, per i secondi sono rimasti addirittura invariati. E anche rispetto al 2020 le variazioni per gli immobili non residenziali in Monza città sono risultate poco significative (+1,4% per i negozi, +0,4% per gli uffici).

Monza locazioni. Anche gli affitti nella città di Monza corrono.



Giulio Carpinelli

Se per un mono/bilocale arredato nel 2020 bastavano 441 euro al mese, ora ne occorrono 520 (+18%); per gli appartamenti di oltre 70 mq. non arredati i valori dei canoni annui al metro quadrato sono passati da 61 a 73 euro, con una variazione del 19,4%. Nello stesso periodo preso in esame gli affitti dei negozi, invece, sono aumentati del 7,1%, mentre quelli degli uffici sono rimasti invariati.

Provincia di Monza e Brianza. Il dato più rilevante in provincia riguarda le variazioni delle quotazioni residenziali

nella zona Est, area che comprende 21 Comuni, tra cui Vimercate, Villasanta e Concorezzo: nel secondo semestre del 2022, i prezzi degli immobili nuovi sono aumentati del 15% rispetto al primo semestre 2020. Negative, invece, le quotazioni di negozi (-0,6%) e uffici (-0,2%). Nella zona Nord (che include 16 Comuni, tra cui Lissone, Giussano e Carate Brianza), nello stesso periodo di tempo le quotazioni delle nuove residenze sono lievitati del 7,3% rispetto al primo semestre 2020, mentre nello stesso arco di tempo la quotazione immobiliare media per i negozi è diminuita del 2,7% e quella degli uffici è cresciuta solo dello 0,1%. Infine, nella zona Ovest (17 Comuni, tra cui Desio, Seregno e Limbiate), le quotazioni degli appartamenti nuovi sono aumentate del 6,1% tra il primo semestre 2020 e il secondo semestre 2022, mentre quelle dei negozi hanno fatto registrare un modesto +0,5% e quelle degli uffici addirittura un andamento negativo (-0,1%).

Immobili residenziali: a Lodi città compravendite in calo, mentre regge la provincia

Lodi compravendite. Sono dati in chiaroscuro quelli elaborati da FIMAA MiLoMB e relativi all'andamento del mercato immobiliare a Lodi e provincia. A Lodi città le compravendite residenziali sono calate del 10% nel terzo trimestre del 2022 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (da 163,2 a 146,7), mentre quelle di negozi e laboratori sono aumentate del 17% e gli immobili destinati ad uffici addirittura del 67%. In provincia, invece, il terzo trimestre del 2022 ha fatto registrare una riduzione più contenuta (-1%) per quanto riguarda il numero di transazioni residenziali: 628,5 contro le 636,88 del terzo trimestre del 2021. In generale, nel 2022, si è mantenuta costante la dinamicità iniziata nel 2021, con il valore massimo di compravendite dal 2020 raggiunto nel secondo trimestre 2022 (ben 787,2). Le compravendite di uffici sono quasi raddoppiate (da 5 a 9). A Lodi città, i prezzi delle case nuove e di quelle vecchie sono cresciuti dell'1% nel secondo semestre del 2022 rispetto ai primi sei mesi dell'anno, mentre quelli degli appartamenti recenti sono lievitati del 2%. Gli appartamenti nuovi raggiun-



Flavio Bassanini

gono ora la soglia di 2.297€ al metro quadrato e quelli recenti i 1.575 €/mq., attestandosi così sui valori massimi. Ma l'incremento dei prezzi più significativo, dal 2020 a oggi, è quello fatto registrare dalle case vecchie (da 836 a 1.000 €/mq.): +20% contro il +3% dei nuovi appartamenti e il +4,8% di quelli recenti.

Lodi locazioni. Per quanto riguarda i canoni di locazione, i prezzi delle case sono rimasti invariati per tutto il 2022 e in tutti i quartieri di Lodi per gli appartamenti superiori ai 70 metri quadrati, mentre per i monolocali e i bilocali sono addirittura diminuiti (con una flessione compresa fra il 5 e l'8%) nelle zone semicentrali e periferiche. Per quanto riguarda la locazione di immobili a uso commerciale, gli affitti dei negozi si sono ridotti del 17,9% nel secondo semestre del 2022 rispetto ai primi sei mesi del 2020, mentre le variazioni tra il primo e il secondo semestre del 2022 sono state, rispettivamente, del +3% in periferia, del -2% nel semicentro e invariate in centro città. Per quanto riguarda gli uffici, i canoni sono aumentati nel secondo semestre del 2022 rispetto ai primi sei mesi dell'anno scorso solo in periferia (+4%), mentre sono rimasti invariati nei quartieri centrali e semicentrali.

*Cerimonia di premiazione
in Confcommercio Milano il 10 giugno*

Asili nido e scuole d'infanzia Gli Assonidi Awards 2023

Assonidi Awards 2023 è il riconoscimento che Assonidi, l'Associazione asili nido e scuole dell'infanzia privati, ha istituito con l'obiettivo di premiare il personale educativo che, per almeno cinque anni, ha prestato la propria attività lavorativa presso la medesima struttura, contraddistinguendosi per eticità e professionalità nei confronti dei bambini e dei loro genitori.

"In un momento di particolare difficoltà nell'individuare, formare e, soprattutto, fidelizzare il personale nei servizi delle nostre imprese – ha spiegato il direttore di Assonidi Paolo Uniti - abbiamo ritenuto doveroso predisporre l'assegnazione di un riconoscimento a chi, nel personale educativo, si è contraddistinto per fedeltà, soprattutto in questi ultimi anni così difficili". Le adesioni agli Assonidi Awards 2023 sono aperte: titolari e gestori delle oltre 400 strutture aderenti ad Assonidi su tutto il territorio nazionale, possono candidare le proprie collaboratrici e i propri

collaboratori assunti da almeno cin-

*Riconoscimenti a professionalità,
esperienza e fedeltà
del personale educativo*

que anni.

L'iniziativa prevede, inoltre, il rilascio di un'attestazione silver o gold per il personale che ha maturato un'anzianità superiore a sette oppure dieci anni. La cerimonia di premiazione si svolgerà sabato 10 giugno in Confcommercio Milano, Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47: saranno invitate le istituzioni e parteciperanno gli sponsor dell'iniziativa.



ASSONIDI
ASSOCIAZIONE
ASILI NIDO
E SCUOLE
DELL'INFANZIA



Federmodamilano e Giovani Imprenditori "Trend Topic": i prossimi appuntamenti

"People and culture, risorse umane di moda nella moda" con Betty Pagnin di OneDay Group (il 17 di questo mese di aprile); "Influencer Marketing per il negozio di prossimità" con Lucia Peraldo Matton di Les Ramè (8 maggio) e "Customer data driven approach nel settore fashion" con Maria Laura Albini di ARAD Digital (29 maggio) sono

i prossimi appuntamenti di Trend Topic, il ciclo di 5 incontri con 5 diverse imprenditrici, organizzato dal Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano in collaborazione con Federmodamilano (vedi *Unioneinforma di marzo a pagina 11 n.d.r.*). Gli incontri si svolgono nella Veranda liberty di Palazzo Castiglioni, Confcommercio Mila-

Iscriverti a:

https://www.confcommerciamilano.it/associazioni/gruppo_giovani/Trendtopic/index.html



Il presidente di Federmodamilano e dei Giovani Imprenditori Confcommercio Andrea Colzani al primo dei "Trend Topic" (foto di Federico Giusti)

no (corso Venezia, 47). La durata prevista di ogni incontro è di 1 ora, compresa una sessione di domande e risposte.

Agenti moda: Niam ha aderito ad Assomoda

Niam (Nazionale Italiana Agenti Moda) ha aderito ad Assomoda, la Federazione nazionale degli agenti e dei distributori della moda e dello sport (Confcommercio Milano).

Il Consiglio Direttivo di Niam ne ha deliberato l'adesione che Assomoda ha ratificato. E' stato così dato seguito al protocollo di intesa fra le due Associazioni firmato ad inizio 2022.

“L'adesione di Niam ad Assomoda – ha sottolineato il presidente di Assomoda Maurizio Governa - conclude un lungo percorso e lavoro di relazione e condivisione tra le due realtà associative. Quest'unità di intenti valorizza la rappresentatività del comparto e consente ad Assomoda di rafforzare l'interlocuzione ai tavoli



Maurizio Governa, presidente Assomoda



ASSOMODA

**Federazione Nazionale degli Agenti e Distributori
della Moda e dello Sport**

ai loro soci, di utilizzare gli innumerevoli servizi e le convenzioni a disposizione dei soci di Assomoda”.

Niam, nel deliberare l'adesione ad Assomoda, porta a sintesi e compimento il proprio lavoro iniziato nel periodo dell'aprile 2020 in piena pandemia. Un progetto con il quale diverse agenzie di commercio del sistema moda hanno sentito l'esigenza di aggregarsi per analizzare e confrontarsi su come potersi innovare e migliorare i flussi operativi che investono tutta la filiera moda: nuove tecnologie,

istituzionali sui temi d'interesse della categoria. La formale adesione di Niam alla nostra Federazione permetterà, inoltre,

formule di comunicazione e marketing per rispondere ad uno scenario internazionale in profondo cambiamento.

informa
Unione

Mensile di informazione
di CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

www.confcommerciomilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Barbieri

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49 - 20121 Milano

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

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

AUTORIZZAZIONE TRIBUNALE
di Milano - n. 190
del 23 marzo 1996



costituiscono "Comuni Insieme per lo Sviluppo Sociale" (azienda speciale consortile con i Comuni di Baranzate, Bollate, Cesate, Garbagnate Milanese, Novate Milanese, Senago e Solaro) e il Comune di Rho - le Associazioni territoriali Confcom-mercio di Bollate e di Rho. L'intesa per la prevenzione finalizzata alla lotta contro la violenza sulle donne, mira a promuovere l'educazione delle giovani generazioni con il coinvolgimento degli adulti di riferimento, e punta a costruire un sapere diffuso, accessibile e



Sigilato a Rho l'8 marzo. Tra i promotori le Amministrazioni locali di "Comuni Insieme per lo Sviluppo Sociale" (Baranzate, Bollate, Cesate, Garbagnate Milanese, Novate Milanese, Senago e Solaro) e il Comune di Rho



Confcommercio territoriali di Bollate e Rho firmatarie del Protocollo su prevenzione e contrasto alla violenza nei confronti delle donne

comprensibile a tutti sulla gestione della violenza e la promozione di una cultura di parità. Sono previsti due eventi all'anno per sensibilizzare la popolazione del territorio lavorando con le scuole e organizzando occasioni di formazione. (AL)

Promuovere una cultura diffusa per il contrasto alla violenza contro le donne, con iniziative di informazione, formazione e sensibilizzazione, d'intesa con tutti i partner sottoscrittori. E' l'obiettivo che si prefigge il "Protocollo d'intesa per la promozione di strategie preventive finalizzate alla lotta contro la violenza sulle donne" siglato a Rho l'8 marzo con l'occasione della Giornata internazionale della donna. Hanno aderito al Protocollo - che ha come promotori trainanti le Amministrazioni locali che



Prosegue fino all'inizio dell'estate
l'iniziativa promossa
dall'Associazione territoriale
Confcommercio monzese
con il quotidiano

Presentazione iniziativa: foto di Federico Giusti

3 **IL GIORNO**
Al bar come a casa tua

PARTECIPA ANCHE TU AL NUOVO CONTEST DE IL GIORNO
Esprimi qui sotto la tua preferenza, i bar più votati parteciperanno a xxx...

Il mio bar preferito è:

Località

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

Associazione
Territoriale di
MONZA



"Al bar come a casa tua"
A Monza la gara contest
Si vota con i tagliandi
pubblicati da "Il Giorno"



Il titolo – spiega Confcommercio Monza – è stato scelto per descrivere la grande accoglienza che i clienti trovano nei locali grazie all'attenzione, alla cura dei dettagli, alla dedizione dei titolari degli esercizi e dei loro collaboratori.

Il contest prevede la pubblicazione, su "Il Giorno", di un tagliando con il quale i lettori esprimono la preferenza per il proprio bar, premiando così la professionalità e l'attenzione dei locali coinvolti.

Insieme al tagliando il quotidiano pubblica articoli di presentazione di pubblici esercizi partecipanti con un ritratto approfondito:

dalla foto del titolare e della sua squadra, alla possibilità di raccontare un po' di storia del locale, gli investimenti fatti, i prodotti particolari ed esclusivi, ma anche curiosità e iniziative.

Vengono distribuite cassette per la raccolta dei tagliandi da esporre in buona evidenza nel locale stesso (ad esempio

davanti alle casse).

Periodicamente sono pubblicate da "Il Giorno" classifiche provvisorie con le foto dei locali più votati in quel momento, fino alla conclusione del contest attraverso un momento conviviale con tutti i partecipanti, per festeggiare i più votati.

Ha preso il via a Monza il 21 marzo, per concludersi

all'inizio dell'estate, il contest "Al bar come a casa tua": un'iniziativa di promozione – che vede la collaborazione dell'Associazione

territoriale Confcommercio di Monza con il quotidiano "Il Giorno" – con, protagonisti, i pubblici esercizi.

"Al bar come a casa tua" accompagna i lettori del quotidiano alla scoperta del mondo del caffè, dei bar e delle pasticcerie, attraverso la voce degli operatori protagonisti.

IL GIORNO





L'evento in Confcommercio Milano con AssICC

n.d.r.) con la presentazione di una tecnologia FN NANO® di fotocatalisi che consente, con l'applicazione di una finitura sulle facciate dei palazzi, di distruggere con la luce del sole gli agenti inquinanti dell'aria, con un abbattimento dell'inquinamento dal 30 al 50%, ma anche con percentuali superiori.

Al di fuori di Palazzo Castiglioni, la sede di Confcommercio Milano in corso Venezia 47, un laboratorio mobile ha effettuato (in scala ridotta) la dimostrazione pratica dell'applicazione di questa tecnologia.



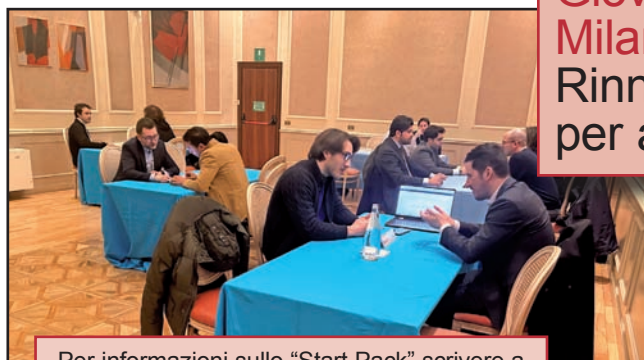
"Milano Smart": con 2GNanotech la tecnologia per distruggere gli agenti inquinanti dell'aria



Con il supporto di Confcommercio Milano ed AssICC, l'Associazione italiana commercio chimico, si è svolta l'iniziativa "Milano Smart" di 2GNanotech (azienda associata AssICC – vedi *Unioneinforma* di febbraio a pag. 29

Alcune foto in questa pagina sono di Federico Giusti

Giovani Imprenditori Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Rinnovati gli "speed date" per aspiranti e neo-imprenditori



Per informazioni sullo "Start Pack" scrivere a giovani.imprenditori@unione.milano.it

Si è svolto a Palazzo Bovara – il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano – lo "Start Day" organizzato dai Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. "Start Day" fa parte del progetto "Start Pack", ed è rivolto a chi ha appena avviato un'attività o sta pensando di dare vita ad un nuovo progetto imprenditoriale nel terziario. A dare il benvenuto ai partecipanti è stato il presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Andrea Colzani. Cuore dell'iniziativa la possibilità, per gli aspiranti o i neo-



imprenditori, di confrontarsi con chi della loro generazione ha già fatto questo cammino: in modalità "speed date" si sono svolti gli incontri con i giovani imprenditori. Aderendo al

progetto "Start Pack" si riceve una "Start Box" per accedere alla piattaforma www.startconfcommercio.it e alla possibilità di frequentare le iniziative di formazione (in corso) erogate da Forma-terziario e dedicate ai primi passi d'impresa.

Digitalizza la tua azienda con il supporto del nostro sportello SPIN

Con Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza il processo di transizione digitale all'e-commerce diventa più semplice grazie a uno sportello dedicato. Se vuoi digitalizzare la tua azienda, hai la possibilità di scegliere tra i diversi servizi che offriamo.

Entra in contatto con il nostro sportello SPIN (Sportello Innovazione): potrai spiegare a professionisti del settore le esigenze digitali della tua azienda. Prenota un appuntamento e richiedi una call conoscitiva durante la quale potrai spiegare i tuoi obiettivi e le eventuali paure su questo nuovo percorso da conquistare con profitto.



CONFCOMMERCIO MILANO TI PROPONE GESTIONE DI PAGHE E CONTRIBUTI CON LO SCONTO DEL 20%



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione
ti offre un servizio di amministrazione del personale garantendoti:

- 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.

**In più per i nuovi soci o per chi non ha mai utilizzato questo servizio,
è riservato uno sconto del 20% sul cedolino.**

Scegli il percorso giusto, vai su: 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
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te