Unione informa

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

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

L'assemblea pubblica Confcommercio

Sangalli: miglioramenti nell'economia

ma i consumi sono erosi dall'inflazione

Terziario, ancora allarme lavoro
Cresce la difficoltà nel reperire personale: dopo un anno l'aggiornamento dell'indagine di Confcommercio MiLoMB

ChocoLOVE: in Confcommercio Milano la grande festa del gelato artigianale

Solidarietà per le zone alluvionate

N.7 Luglio/Agosto 2023 Anno 29 - Poste Italiane S.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - LO/MI

LA SETTIMANA restart

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

INQUADRA E ASCOLTA

ASCOLTA SU

280 caratteri di confcommercio

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

"Le ragazze e i ragazzi dei Giovani Imprenditori sono la migliore speranza del nostro Sistema, proprio perché - in un'epoca storica 'congestionata' e in un momento intensissimo della loro vita personale e professionale - hanno deciso di dedicare tempo ed energie all'associazione, al fare squadra, a cambiare il Paese e il futuro di tutti".

GIOVANI IMPRENDITORI CONFCOMMERCIO: IL RINNOVO DELLE CARICHE. VICEPRESIDENZA NAZIONALE A PAOLO DE NADAI - Paolo De Nadai, consigliere delegato del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, è diventato vicepresidente del Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio con incarico agli eventi. De Nadai, 35 anni, è presidente di OneDay Group e Fondatore di ScuolaZoo & WeRoad. Il nuovo presidente nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio è il ferrarese Matteo Musacci, imprenditore della ristorazione.

"Per il nostro territorio, essere rappresentati a livello nazionale da Paolo De Nadai è motivo di grande orgoglio - ha detto Andrea Colzani, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio MiLoMB e past president nazionale dei Giovani Imprenditori - Paolo interpreta, infatti, come pochi altri, da imprenditore, la sfida di dare voce e risposte alle nuove generazioni e rappresenta per la Confcommercio una grande occasione di ragionare e lavorare con occhi nuovi. La vicepresidenza nazionale è il riconoscimento formale di questo ruolo strategico".

FOTO 1 - Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli con il neopresidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Matteo Musacci (a destra) e il past president nazionale Andrea Colzani (presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza)

FOTO 2 - Paolo De Nadai, consigliere delegato del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e nuovo vicepresidente nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio con incarico agli eventi

Unione*informa* - luglio/agosto 2023 - n. 7 - anno 29 (questo numero è stato ultimato il 29 giugno)

A Roma, all'Auditorium della Conciliazione. Messaggio del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella

Assemblea pubblica Confcommercio: alcune foto di Federico Giusti e Mattia Dognini

Assemblea pubblica 2023 di Confcommercio Sangalli: è il tempo della ripartenza

A Roma si è svolta l'assemblea pubblica 2023 di Confcommercio con il messaggio di saluto del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella e gli interventi del presidente Carlo Sangalli e del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso. Prendendo spunto dal dramma della recente alluvione, che ha colpito in particolare l'Emilia Romagna, Sangalli ha aperto la sua relazione rilevando come vi sia un tempo per l'emergenza, un tempo per la solidarietà e un tempo per la ripartenza.

"Ripartire" ha sviluppato la sua analisi Sangalli, superando "le incertezze, le emergenze e le sfide dei tempi che stiamo vivendo". Anzitutto a livello europeo, soprattutto tramite "una riforma strutturale del Patto europeo di stabilità e crescita che sappia davvero tenere insieme miglioramento delle finanze pubbliche, riforme ed investimenti". E contrastando l'inflazione "non solo attraverso politiche monetarie, ma anche con una strategia europea per la competitività".
Il presidente di Confcommercio ha ricordato come siano stati recuperati i livelli pre-pandemici, facendo meglio delle altre maggiori economie europee, e addirittura degli Stati Uniti,

anche se "restano ancora indietro i consumi che, nella media dello scorso anno, risultano inferiori di circa venti miliardi di euro rispetto al 2019. Proprio i consumi rallentano, a partire da quelli alimentari, per l'inflazione che continua a mordere".
Secondo l'Ufficio Studi Confcommercio ("Nota sulle economie regionali") Pil e consumi cresceranno rispettivamente dell'1,2% e dell'1% a livello nazionale (nel 2024 dell'1,3% e dell'1,1%); +1,7% la crescita del Pil della Lombardia.
"Abbiamo mostrato – ha sottolineato Sangalli - una straordinaria capacità di adattamento e di reazione, da parte di imprese, lavoro e reti di sicurezza sociale", risultato della "collaborazione tra buone politiche pubbliche e iniziativa privata". Una collaborazione che ha funzionato anche sul versante della crescita dell'occupazione, in buona parte grazie al terziario. Terziario che, tuttavia, ha proseguito Sangalli "sta vivendo una persistente carenza di personale. Nel turismo e nel commercio, mancano, ad esempio, rispetto al 2022, circa 480 mila lavoratori. E per oltre il 40 per cento, vi è un concreto rischio che la domanda non possa essere soddisfatta, soprattutto per la mancanza di competenze". Occorre dunque "intervenire per colmare la distanza tra formazione ed esigenze delle imprese". Così come occorre programmare "adeguati flussi di lavoratori immigrati". Sempre in tema di lavoro è "positivo" il giudizio sul recente decreto, anche se sarebbero opportuni "un ulteriore intervento di riduzione del cuneo contributivo sui redditi da lavoro dipendente e un tetto più alto di detassazione per i premi aziendali". Aggiunto che è "giusto l'obiettivo di promuovere un sistema di sicurezza sociale più saldamente fondato sul lavoro" e che "sono importanti gli incentivi per l'assunzione dei 'Neet'", Sangalli ha proseguito evidenziando la necessità di "politiche attive per migliorare la quantità e la qualità dell'occupazione" e di "buona flessibilità". Sui contratti il presidente di Confcommercio ha rilevato che "la detassazione degli aumenti sarebbe certo utile per il buon esito delle trattative in corso" ribadendo poi che "la dinamica dei salari va sempre considerata nel quadro di un comune impegno per la produttività e la crescita". Quanto alla questione del salario minimo, "la risposta più efficace sta proprio nella valorizzazione erga omnes dei trattamenti economici e degli istituti del welfare contrattuale previsti dai contratti collettivi stipulati da chi realmente rappresenta il mondo del lavoro e il mondo delle imprese".

Lavoro, gap da colmare nel terziario. Miglioramenti nell'economia, ma restano ancora indietro i consumi erosi dall'inflazione che è da contrastare non solo attraverso politiche monetarie, ma anche con una strategia europea per la competitività

Affrontato, anche, dal presidente di Confcommercio, il tema fiscale. Confcommercio, ha detto, "condivide l'ambizione del disegno di legge delega di una riforma complessiva del nostro sistema fiscale perché non è più tempo di 'manutenzioni ordinarie'" e quindi "occorre proseguire il confronto strutturato con le parti sociali". Nello specifico, ci sono comunque aspetti sui quali intervenire: dalla web tax ("non capiamo perché un piccolo commerciante debba pagare le tasse, tutte e subito, mentre questo non succede per le grandi piattaforme globali") alla possibile introduzione della cedolare secca anche per le locazioni commerciali ("Bene, ma vogliamo essere chiari: se si riduce il costo per i proprietari vanno anche tagliati i costi degli affitti"). Bene anche il percorso di graduale superamento dell'Irap, "ma occorre un adeguato approfondimento, perché c'è il rischio che a pagare siano le imprese più dinamiche ed efficienti". E bene anche la razionalizzazione dell'Iva, "ma non dovrà mai tradursi in un incremento della tassazione indiretta su beni e servizi".
Diversi altri temi sono stati affrontati dal presidente di Confcommercio nella sua relazione:

segue a pag. 4

segue da pag. 3

Il ministro Urso: modello italiano vincente ma c'è un'emergenza giovani e formazione

"Le imprese sono il motore, prima sociale che economico, al centro della nostra attenzione. E d'altronde oggi vedo una sintonia perfetta nel rapporto tra istituzioni e associazioni di impresa". Così Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del Made in Italy, nel suo intervento nel corso dell'assemblea pubblica Confcommercio.
Urso ha dato *"merito alle imprese italiane che hanno saputo reagire ai cambiamenti geopolitici scegliendo i mercati più in crescita"* e attribuito la crescita più forte delle previsioni ai risultati *"di servizi e turismo, dei consumi e degli investimenti delle imprese italiane e di quelle estere nel nostro Paese".* Il ministro delle Imprese e del Made in Italy ha rimarcato il valore del *"sistema italiano fatto di piccole e piccolissime imprese e di milioni di soggetti produttivi, che oggi è diventato un modello a cui si ispirano anche le grandi multinazionali".* Urso ha messo poi in cima alla lista dei problemi da risolvere quello della formazione *("lo scorso anno le imprese si sono ritrovare con due milioni di posti di lavoro non coperti, mentre ci sono tre milioni di giovani che non studiano e non lavorano: dobbiamo formarli e incentivarli a trovare la loro via, altro che reddito di cittadinanza").*
Infine, un annuncio a favore dei gestori degli impianti di distribuzione carburanti: *"porteremo in Parlamento il progetto di legge sul riordino complessivo della settore, per permettervi di avere quei margini che consentono di investire nella vostra impresa".*

il Codice degli appalti ("va salvaguardata la funzione delle imprese della ristorazione collettiva che svolgono un ruolo sociale anche nei confronti delle fasce più deboli della popolazione"); la produttività del terziario di mercato ("vanno rafforzate le aliquote per i crediti d'imposta e va definito un più ampio ventaglio di spese ammissibili, così da supportare l'innovazione"); il caro-prezzi dell'energia ("servono adeguati crediti d'imposta e la riforma strutturale degli oneri generali di sistema"); la filiera del recupero e del riciclo ("ancora oggi una criticità in molte regioni del Paese"); gli incentivi edilizi ("occorre conciliare efficienza energetica e antisismica con la spinta alla crescita e con la sostenibilità della finanza pubblica, ma non si può dimenticare che tante nostre imprese della filiera dell'edilizia si trovano ancora ad affrontare i crediti incagliati"); il payback sui dispositivi medici ("mette a repentaglio l'intera filiera delle pmi fornitrici e le stesse prestazioni del servizio sanitario"); il credito ("è necessario intervenire sulle garanzie, ma occorre integrare gli interventi. Sia di livello europeo che quelli dei consorzi fidi"); la moneta elettronica ("siamo da sempre a favore, ma bisogna abbassare i costi del Pos"); il sostegno alle imprese che operano con l'estero ("il disegno di legge per il Made in Italy sia una preziosa occasione per valorizzare il sense of Italy, decisivo per servizi e turismo, e per rilanciare l'azione di contrasto di abusivismo e contraffazione"). Evidenziata anche la necessità di "preservare misure indispensabili per

la competitività delle nostre imprese dei trasporti". E sulla "questione urbana" per Sangalli "vanno tenute insieme rigenerazione urbana dell'ambiente costruito e degli spazi pubblici con la rivitalizzazione dei servizi di prossimità e con la valorizzazione del modello italiano di pluralismo distributivo". È questo l'unico antidoto alla desertificazione commerciale dei centri storici e delle periferie. "Farsi carico delle città e dei territori come bene comune", ha spiegato Sangalli. Città e territori dove, peraltro, il settore turistico gioca un ruolo decisivo, per sostenere il quale, ha detto il presidente di Confcommercio, "occorrono regole per far emergere il 'sommerso'. Per gli affitti brevi vale sempre il principio stesso mercato, stesse regole". E sempre città e territori "sono lo scenario dove la cultura genera reddito, occupazione, impresa. Una produzione culturale libera deve poter stare sul mercato, senza dipendere solo dal finanziamento pubblico, pur necessario alla sua missione".
"Il nostro impegno e la nostra responsabilità restano quelli di curare, risanare, ricostruire, mettendo al centro le persone. E Confcommercio ha le persone al centro, che anche nelle stagioni più complicate, costruiscono la speranza e il nostro futuro", ha concluso Sangalli.

Il ricordo di Silvio Berlusconi

GLI INIZI
È sempre stato un fiume in piena. Ricordo i suoi progetti immobiliari per Milano: visionari ed eleganti

L'EMPATIA
Un uomo dall'umanità unica: veniva da noi e stringeva le mani a ogni singolo collaboratore

LE PARTITE
Andai a Manchester per la finale di Coppa: parlò con ogni calciatore come in confessionale

il Giornale

L'INTERVISTA CARLO SANGALLI

«Grazie a lui la figura dell'imprenditore è tornata centrale»

Il presidente di Confcommercio: «Lo conobbi anni fa. Quando scoprì che ero milanista nacque un'amicizia»

Chiara Campo

■ **Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio e della Camera di Commercio di Milano. Con la morte di Silvio Berlusconi si chiude un'epoca?**

«Dal dopoguerra a oggi pochissimi uomini hanno segnato la storia del nostro Paese come Silvio. Solo lui ha suscitato passioni così ampie, profonde e odi irriducibili. Per tutti, in ogni caso, è stato un uomo che sembrava capace di rialzarsi sempre e superare ogni ostacolo in un percorso senza fine. Anche per questo che la sua scomparsa, nonostante la gravità della malattia, è giunta in fondo inaspettata. Mancherà a tutti, estimatori e detrattori».

Quando vi siete conosciuti?

«È un ricordo lontano. Molti anni fa un mio collaboratore mi fece conoscere questo giovane imprenditore che aveva uffici in via Rovani a Milano. Mi sorprese la sua lucida determinazione nel presentare progetti immobiliari visionari all'insegna del bello. Cemento ma anche tanta natura e sostenibilità ante litteram. Il giovane Silvio era un fiume in piena. Mi aspettava però una partita importante del Milan a San Siro e guardavo spesso l'orologio. Non gli sfuggì la mia apprensione ma quando scoprì il motivo mi abbracciò calorosamente. Fu così che scoprimmo la grande passione comune e nacque un'amicizia».

Cosa la colpiva del Cav?

«Nel ricordo di chi non c'è più si tende sempre a edulcorare la realtà ma l'umanità e l'empatia di Berlusconi erano indubbie. Quando da premier venne in visita nella sede milanese della Confcommercio volle salutare personalmente ogni collaboratore, e non eravamo in periodo elettorale. Ogni mano che stringeva faceva sentire importante l'altra persona. E non si faceva problemi nello scompaginare il protocollo istituzionale».

Ad esempio?

«Quando nel 2005 venne in visita il presidente del Venezuela, Hugo Chavez, Berlusconi organizzò in tempi brevissimi il primo incontro intergovernativo fuori da Palazzo Chigi in Camera di commercio a Milano. Sempre da premier partecipò a un'edizione di Euromed nella sede della Borsa. Durante il mio intervento non lo vidi più in prima fila. Pensai fosse scappato per altri impegni. In realtà, nell'intervallo, aveva dovuto fare una telefonata ma rientrando era rimasto in piedi al buio in un ingresso laterale per non disturbare fino alla fine del mio intervento. Un esempio di stile raro».

Avrà commesso pure qualche errore?

«Ovviamente, ma era capace di ammetterlo. Durante la campagna elettorale del 2006 incontrando gli imprenditori in Confcommercio apostrofò in modo poco urbano chi votava a sinistra. Una scivolata che gli costò parecchi voti. Pochi giorni dopo lo incontrai a San Siro e venne subito al mio posto: "Ho esagerato, mi è scappata e ti chiedo scusa"».

Ha detto spesso che da premier ha messo al centro del Paese l'impresa. In che modo?

«Prima di tutto ha ridato ruolo e dignità, direi normalità, alla figura dell'imprenditore che una certa narrazione voleva ridurre quasi esclusivamente alla dimensione dello sfruttamento. Tra le azioni di sostegno ricordo la detassazione degli utili reinvestiti nelle aziende, l'abolizione dell'Ici sulla prima casa, alcuni passaggi di semplificazioni importanti e aver cercato di non alzare l'Iva per alcuni anni».

È vero che le ha chiesto più volte di candidarsi a sindaco di Milano?

«Quella della mia candidatura a sindaco è una simpatica tradizione che si ripete da tempo. In realtà mi propose anni fa di candidarmi alla presidenza della Regione Lombardia. Mi fece molto piacere ma considero la mia esperienza in politica conclusa, seppur con molta nostalgia».

Da tifoso del Milan, cosa ricorda della sua presidenza?

«Sono stati anni straordinari che ogni vero tifoso spera ritornino. Andai a Manchester con lui per la finale con la Juve. Prima della partita parlò con ogni singolo calciatore come in una confessione. Aveva la capacità di trasmettere passione, forza, insieme a consigli tecnici non banali. E in ogni campo ha saputo circondarsi di collaboratori straordinari. Il Monza in serie A, grazie anche a un fuoriclasse come Adriano Galliani, è un risultato simbolico e significativo sulle capacità di un uomo che ha realizzato una vita irripetibile».

Milano, piazza del Duomo e il funerale di Silvio Berlusconi: foto di Federico Giusti

NETCOMM NETRETAIL 2023

MILANO, LODI E MONZA BRIANZA

Approfondimento dei dati della ricerca Netcomm NetRetail 2023 in un evento in Confcommercio Milano

(Foto di Riccardo De Ambroggi e Federico Giusti)

Due milioni di acquirenti digitali per Milano, Lodi, Monza e Brianza

Degli oltre 3 milioni di utenti Internet di Milano ed area metropolitana e nelle province di Lodi e Monza Brianza, quasi 2 milioni sono acquirenti digitali, ossia il 63%, una percentuale superiore al trend nazionale che si attesta al 59%. L'area lombarda esaminata supera la media italiana anche per gli importi di spesa: lo scontrino medio degli acquisti online dei residenti a Milano, Lodi, Monza Brianza è di €133, superiore di circa il 27% rispetto a quello del totale Italia, pari a €105. In particolare, gli acquirenti abituali effettuano il 91% delle transazioni del trimestre con scontrino medio superiore alla media.

Il 63% degli utenti Internet rispetto alla media nazionale del 59%

Si tratta di alcune delle evidenze che sono state rilevate dalla XIV edizione della ricerca Netcomm NetRetail – realizzata in collaborazione con BRT, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; EDI Confcommercio, Oney, Banca Sella, Shopify e Storeis - che, per la prima volta, contiene un approfondimento sugli acquirenti online di Milano ed area metropolitana e delle province di Lodi e Monza Brianza *(vedi Netcomm Forum in Unioneinforma di giugno alle pagine 14 e 15 n.d.r.)*. Se ne è discusso in Confcommercio Milano, in un evento di approfondimento, con il presidente di Netcomm, Roberto Liscia; il segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Marco Barbieri e la presidente EDI Confcommercio, Paola Generali.

OMNICANALE

Il contributo dell'offline agli acquisti online

*Touch point rilevanti nell'acquisto di **Prodotti e servizi***

Un acquisto online su quattro (esattamente il 26,9%) viene influenzato da una visita presso un punto vendita fisico e il ruolo dello store nell'influenzare gli acquisti online è simile nelle province di Milano, Lodi e Monza Brianza che nel resto d'Italia (+2,9 p.p. rispetto a quanto rilevato in NetRetail).

È però leggermente ma significativamente più rilevante che nel resto d'Italia quando si considerano i soli acquisti di Prodotti (+3,7 p.p. rispetto a quanto rilevato in NetRetail).

Prodotti

- La visita presso un punto vendita è rilevante soprattutto nel caso dell'acquisto di Prodotti e orienta circa un acquisto online su tre (esattamente il 32,1% degli acquisti online di prodotti nelle province di Milano, Lodi e Monza Brianza)
- La stessa % è pari al 28,4% in NetRetail Italia

Beni e servizi

- La rilevanza della visita presso un punto vendita è inferiore nel caso dei servizi e dei beni digitali rispetto ai prodotti e orienta poco più di un acquisto su dieci (esattamente il 13,0% degli acquisti online di categoria nelle province di Milano, Lodi e Monza Brianza)
- La stessa % è pari all'11,9% in NetRetail Italia

Digitale e fisico: un canale rafforza l'altro e viceversa

L'ambiente digitale influenza anche gli acquisti tradizionali: prepara il terreno della decisione di acquisto che poi viene conclusa in un punto vendita e fa da supporto all'acquirente durante il momento decisivo dell'acquisto in store. Se si considera il totale delle categorie, dalla ricerca NetRetail 2023 emerge come il 41% degli acquisti in negozio effettuati da residenti nelle aree di Milano, Lodi e Monza Brianza sia influenzato da (almeno) un touchpoint digitale (quota simile alla media nazionale). Il sito del brand è il touchpoint digitale più utilizzato, seguito dai motori di ricerca e da siti di eRetailer. In queste aree si osserva una maggiore rilevanza dello store fisico nel determinare la scelta di acquisto online di un prodotto: il 32% degli acquisti online di prodotti è preceduto da una visita in store (+3,7 punti percentuali rispetto al totale Italia). Prima di un acquisto online vengono consultati tra i 3 e i 4 touchpoint; il passaparola di persona è più diffuso di quello via social mentre il ricorso al consiglio sul sito dell'acquisto è un'esperienza limitata a meno di un acquirente su 6.

Il digitale sta modificando anche l'esperienza di pagamento in negozio. Nel 5,4% dei casi si paga alla cassa con il proprio smartphone (tramite carta smaterializzata o App) e quest'abitudine è - seppur di poco - più diffusa in quest'area lombarda analizzata rispetto a quanto avviene nel resto d'Italia (+1,2 punti percentuali).

Lo scontrino medio degli acquisti online dei residenti a Milano, Lodi, Monza e Brianza è di €133, circa il 27% superiore rispetto a quello del totale Italia (€105)

Il profilo degli acquirenti online

Negli acquirenti online a Milano, Lodi e Monza Brianza vi è una leggera prevalenza di uomini (52% vs. 48% donne), come osservato anche nel totale Italia. Rispetto al profilo degli acquirenti online in Italia, si osserva una composizione degli acquirenti online più concentrata sulla fascia d'età 35-44 anni: la penetrazione degli acquirenti online in questa fascia d'età è massima e raggiunge l'87% (vs. il 77% nel totale Italia), mentre il 73% degli under 25 sono acquirenti online (vs. il 78% nel totale Italia). Gli acquirenti online si concentrano maggiormente tra le persone con un titolo di studio elevato (laurea o dottorato), mentre diminuisce la concentrazione di acquirenti online tra le persone con un titolo di studio basso. Questo stesso fenomeno si osserva anche nel totale Italia: su 10 persone con diploma di scuola inferiore, 6 sono acquirenti online; su 10 persone laureate, 9 sono acquirenti online.

segue a pag. 9

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

spin
SPORTELLO
INNOVAZIONE
EDI CONFCOMMERCIO

Espandi o avvia il tuo **business online** con l'aiuto dello **Sportello Innovazione SPIN** di Confcommercio Milano

Che tu sia già un imprenditore o stia per diventarlo, il nostro **Sportello Innovazione** ti **aiuterà** ad **avviare** o ampliare le potenzialità del tuo **business** con il **digitale**.

Ti **supportiamo** a partire da:

- le **piattaforme** da scegliere per ottenere **visibilità** o **vendere online**
- la definizione e **ottimizzazione** del **budget** - piccolo o medio-alto - da **investire**
- la scelta dei **fornitori** più **adatti** alle tue esigenze
- quali **canali** utilizzare per farti **conoscere online**

Prenota una consulenza personalizzata e **gratuita** con il nostro Sportello per presentarci le **esigenze digitali** della tua azienda.

segue da pag. 7

Il 32% degli acquisti online di prodotti è preceduto da una visita in store. Fascia d'età prevalente: 35-44 anni

Le categorie degli acquisti online

Negli ultimi sei mesi la categoria che ha avuto la massima incidenza nella base degli acquirenti online è stata quella dei prodotti per la salute e il benessere, seguita dalla spesa alimentare: acquistati almeno una volta rispettivamente dal 35% e dal 33% dei 2,5 milioni di acquirenti online. In questa macrocategoria si osserva una maggiore concentrazione di tutte le categorie di beni e servizi digitali - biglietti di viaggio e soggiorni vacanza, biglietti per eventi, food delivery, assicurazioni, coupon - con uno scontrino medio decisamente superiore alla media. Tra i prodotti fisici si osserva, invece, una maggiore incidenza delle categorie legate al food: spesa alimentare, prodotti per la casa, cibi per animali (+8,5% rispetto al totale Italia) e prodotti di enogastronomia come vino, olio, prodotti dop, etc. (+5,6% rispetto al totale Italia).

La consegna del prodotto e il post acquisto

Per quanto riguarda il processo di consegna dei prodotti fisici, in oltre otto casi su dieci il bene è stato recapitato dal sistema di consegna presso un indirizzo (più spesso in casa, talvolta un ufficio o un luogo terzo).

Nel 21% dei casi i prodotti fisici acquistati online sono ritirati dal cliente presso un punto vendita o un punto di ritiro indicato dal merchant. Il fenomeno del ritiro dell'acquirente è quindi significativamente più diffuso rispetto alla media nazionale (16%) e rileva un comportamento peculiare dei consumatori di quest'area metropolitana che riflette un'evoluzione dell'offerta di soluzioni e servizi per il delivery particolarmente articolata. Il locker come soluzione per il ritiro è particolarmente utilizzata ed apprezzata e quasi 1 consegna su 10 avviene attraverso questo sistema.

"La Lombardia, significativamente orientata all'innovazione, fa da traino al nostro Paese guidando i trend del digital retail. Si pensi che dei circa 68 miliardi di euro di fatturato generati dalle imprese della rete del valore dell'eCommerce e del digital retail a livello nazionale, quasi la metà (più di 30 miliardi di euro) è generata da quelle situate in Lombardia" ha commentato Roberto Liscia.

"Digitale e fisico si integrano sviluppando modalità di convivenza e crescita sinergica. I consumatori – *ha affermato Marco Barbieri* - sono sempre più consapevoli e alla ricerca di esperienze d'acquisto maggiormente orientate all'omnicanalità. A Milano, Lodi, Monza e Brianza il digitale guida anche le vendite offline. Oltre il 21% di chi acquista online provvede al ritiro dei prodotti nei punti vendita e ritiro, contro il 16% della media nazionale. Nell'area milanese quasi 1 consegna su 10 avviene attraverso i locker disponibili. Bisogna riconsiderare le logiche di gestione della mobilità cittadina non solo in termini di divieti, ma soprattutto in una logica di approvvigionamento basata su un acquisto ibrido. Oggi la consegna del prodotto fisico è un processo equiparabile all'acquisto fisico. Servono spazi dedicati per lo scarico, la consegna e il ritiro. E' necessario ripensare gli spazi per ottimizzare le opportunità di questo nuovo modello di commercio e di customer experience che diventa anche una leva attrattiva per la città. Pensiamo quindi a più investimenti sul trasporto, più investimenti sulle infrastrutture per le consegne. Perché il digitale non influenza solo il commercio e gli acquisti ma anche le esperienze più in generale, gli eventi fisici. La ricerca Netcomm evidenzia anche un incremento del 13% degli eventi rispetto al passato. Milano è la capitale degli eventi, delle week tematiche, della moda, del design, del food. Una leva strategia fondamentale e che sempre più va valorizzata. L'impegno comune tra pubblico e privato deve essere quello di rendere gli eventi sempre più diffusi, non solo nel centro della città ma in tutti gli spazi dell'area metropolitana.".

"I touch point consultati prima di un acquisto, seppur tradizionale, sono sempre di più: sito del brand, sito di un eRetailer, comparatori, reviews, articoli. Se l'online aiuta l'acquisto tradizionale, il consumatore è sempre più informato e digitale e pertanto l'offerta di soluzioni e servizi, anche per il delivery, deve essere articolata – ha commentato Paola Generali, presidente EDI Confcommercio - I dati non servono solamente a comprendere *scenari attuali, ma devono necessariamente insegnare ad anticiparli. Bisogna rimanere concentrati nel sostenere le imprese nel comprendere i processi di cambiamento e innovazione, per renderle sempre più consapevoli delle opportunità offerte dalla trasformazione digitale.*
I dati presentati in Netcomm NetRetail 2023 ci confermano l'attenzione che dobbiamo dare al territorio. E lo facciamo impegnandoci nella crescita degli SPIN, gli Sportelli Innovazione che costituiscono per le aziende, di qualsiasi categoria e settore, un presidio territoriale sempre più strategico e abilitante. Siamo costantemente impegnati nel potenziarli dando loro strumenti, formazione, autorevolezza".

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

Un supporto continuo per **consulenza finanziaria e bandi**

Scopri come Confcommercio Milano può **aiutare** la tua **azienda** ad ottenere **finanziamenti** e partecipare ai bandi

Se sei alla **ricerca** di **finanziamenti** per la tua azienda e vuoi restare aggiornato sui **bandi** messi a disposizione dagli **Enti** e dalle **Istituzioni locali**, **regionali**, **nazionali** ed **europee**, Confcommercio Milano è qui per te.

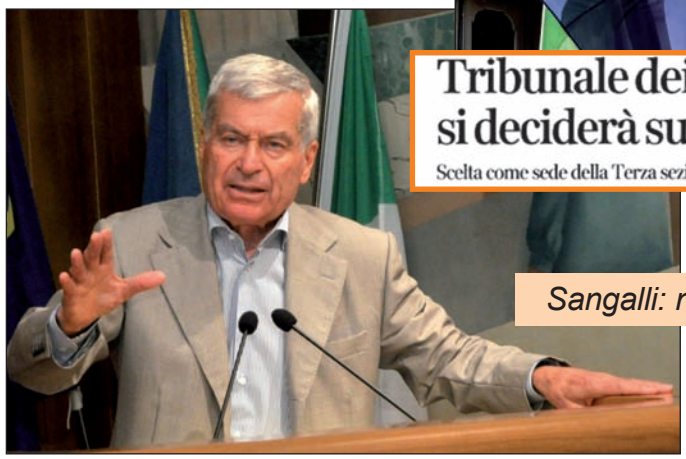
Grazie alla nostra **consulenza personalizzata**, saremo in grado di segnalarti le **opportunità** più interessanti per il tuo settore e di assisterti nella **preparazione** della **documentazione** necessaria per accedere ai bandi.

Inoltre, ti offriamo **consulenza creditizia** e **finanziaria** per aiutarti ad accedere a credito a **tassi agevolati** o a sfruttare vantaggiose **convenzioni bancarie**.

Prenota una consulenza.
Con noi avrai sempre una fonte di informazioni chiare e aggiornate, e un **supporto concreto** per lo **sviluppo** dei tuoi **progetti** di **investimento**.

Tribunale Unificato dei Brevetti
Milano sede della terza sezione

Milano sede della terza sezione, dopo Monaco e Parigi, del Tribunale Unificato dei Brevetti (TUB): il Comitato amministrativo del TUB ha approvato ufficialmente la decisione. La notizia è stata data dal vicepremier e ministro degli Esteri Antonio Tajani. Le competenze milanesi riguarderebbero i brevetti IPC Sezione A (beni di prima necessità). Per il presidente della Camera di commercio e Confcommercio Carlo Sangalli "La scelta di Milano come sede della terza sezione del Tribunale Unificato dei Brevetti è una notizia molto positiva per il sistema imprenditoriale, per la nostra città e per il Paese. Oltre ai vantaggi in termini di costi per le imprese italiane che operano nei settori di cui si occuperà la sezione, le ricadute economiche saranno significative in termini di indotto per l'economia locale e per la creazione di nuovi posti di lavoro". "Nel complesso – ha concluso Sangalli - l'assegnazione del TUB è un'altra dimostrazione dell'efficacia del gioco di squadra tra istituzioni, accresce ulteriormente l'attrattività di Milano e ne rafforza il ruolo internazionale".



Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio e di Confcommercio

Tribunale dei brevetti, a Milano si deciderà su moda e alimentare

Scelta come sede della Terza sezione europea. Sangalli (Confcommercio): un bel risultato

Sangalli: notizia molto positiva

Infrastrutture e risorse
al servizio del turismo

Il punto

La super stagione turistica 2023 è avviata, dovrebbe stabilire nuovi record di presenze, sia estere, sia nostrane, e di prezzi e ritorni economici dei quali ne beneficerà sicuramente l'intero comparto economico Paese, ma anche il nostro sistema fiscale. A concorrere al risultato in maniera ottimale ci hanno pensato gli operatori del complesso dell'attrattività. La previsione è di circa 70 milioni di turisti e quasi 280 milioni di pernottamenti con una crescita rispettivamente pari al 5% e al 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2022, per oltre il 50% rappresentato da stranieri.
C'è da dire evviva e preparare un piano Paese che faccia lievitare, oltre l'emotività post Covid e una presunta crescita del benessere diffuso, il potenziale di crescita attrattiva di percentuali annue in linea con quelle prima esposte, visto che la componente prezzo, a causa dell'inflazione, è aumentata stabilizzandosi ai livelli attuali. Adesso servirebbe una vera grande trasformazione dell'intero sistema della viabilità e mobilità: collegamenti ferroviari e stradali, informazioni digitalizzate in varie lingue, comprensibili e in grado di offrire al turista quello che oggi fa fatica trovare. Stato e amministrazioni locali dovrebbero dare corso ad una progettualità indirizzata alla modernizzazione che ad oggi scarseggia. Servirebbero enormi risorse finanziarie per rendere i trasporti pubblici e i collegamenti, più su ferro che su gomma, efficienti e adeguati ad essere utilizzati.
I dati previsionali sull'attrattività, prioritariamente turistica, ma anche di business, da qui al 2030 mettono l'Italia ai primi posti nell'intero globo. Se venissero confermati, si arriverebbe alle 100 milioni di presenze annue, un numero sbalorditivo che oggi difficilmente, in assenza di molteplici trasformazioni, sarebbero sostenibili. A fare la differenza possono solo essere continui investimenti destinati ad efficientare l'intero sistema attrattivo pubblico e privato.

Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

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

ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

Servizi PRO Impresa: il portale per **cercare servizi** per la tua impresa e orientarti tramite i **webinar**

Con **Servizi PRO Impresa** trovi:

- **aziende selezionate** a cui puoi chiedere informazioni e preventivi in merito a **servizi** di tuo interesse a **tariffe agevolate**
- un ricco **calendario di Webinar Gratuiti** pensati per le PMI.

Le nostre **aree di competenza**:

- Audiovisivo
- Consulenza Aziendale
- Finanziario Assicurativo
- Marketing, comunicazione ed eventi
- Ricerche di mercato
- Risorse umane

Cerca il servizio in convenzione adatto alle esigenze della tua impresa e del tuo business

Partecipa gratuitamente ai **Webinar** di tuo interesse

Terziario, è ancora allarme lavoro

A distanza di un anno l'aggiornamento dell'indagine di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza: crescono le imprese che hanno difficoltà nel reperire personale

A fine maggio 2022 il 58% delle imprese del terziario a Milano, Monza Brianza, Lodi prevedeva nuove assunzioni, ma 8 su 10 non trovavano personale. Un anno dopo il 78% ha in previsione nuove assunzioni, ma quasi 9 imprese su 10 hanno difficoltà nel reperire personale.
L'aggiornamento dell'indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (dati elaborati dall'Ufficio Studi) fa emergere una situazione non risolta. Anzi, aggravata.
All'indagine di quest'anno hanno risposto 543 imprese (il 74% da Milano e area metropolitana) in particolare della ristorazione (28%), del dettaglio non alimentare (16%), dell'ingrosso (7%) dei servizi alle imprese (6%) – con un numero di occupati prevalente fra le 2 e le 20 unità (in questa fascia l'80% delle imprese).
"Per Milano, con il ritorno del turismo internazionale, delle fiere e del lavoro in presenza, servono risorse qualificate – ha affermato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – Occorrono incentivi alle assunzioni e sgravi fiscali per mettere le imprese nelle condizioni di offrire posizioni competitive e che soddisfino le aspirazioni in un mondo del lavoro profondamente cambiato in questi anni. Importante puntare sempre di più sulle scuole di formazione professionale".

L'emblematica situazione di Milano e Brianza

Il lavoro è un'emergenza Nove imprese su dieci non trovano da assumere

Analisi di Confcommercio: il 78% delle aziende che si occupano di ricettività, ristorazione e artigianato ha in previsione di reclutare nuovo personale, ma il 90% di queste non riesce a reperirlo

RUOLI RICHIESTI
Le figure più richieste restano camerieri, cuochi, commessi, ma anche responsabili amministrativi

INCENTIVI
Per Barbieri, segretario della Confcommercio meneghina, «occorrono incentivi alle assunzioni e sgravi fiscali»

L'INDAGINE DI CONFCOMMERCIO

Imprese: 9 su 10 non sanno chi assumere

L'emergenza soprattutto per alberghi e ristoranti

Cercano ma non trovano. Quest'anno più dell'anno scorso. L'allarme arriva dall'ultima indagine della Confcommercio che ha quantificato l'emergenza: il 78 per cento delle imprese vorrebbe assumere ma 9 su 10 hanno difficoltà a reperire il personale. Il motivo? Soprattutto la mancanza di competenze, ma anche l'indisponibilità a giorni e orari proposti. Di fatto la coperta soprattutto in alberghi e ristoranti è sempre più corta tanto da dover limitare alcuni servizi.
Serena Coppetti a pagina 3

AAA cercasi personale Ristoranti e alberghi vorrebbero assumere ma 9 su 10 non trovano

Confcommercio: «Peggiorata la situazione in un anno, mancano le competenze»

IL PARADOSSO DEL LAVORO, DIFFICOLTÀ PER NOVE AZIENDE SU DIECI. BARBIERI: OCCORRONO INCENTIVI

Confcommercio: «Sempre più difficile trovare personale»

L'indagine sul Terziario

Nove ditte su dieci non trovano il personale giusto

personale, e anche quelle che non lo trovano. A maggio 2022, infatti, il 58% delle imprese del terziario prevedeva nuove

QUALI SONO LE FIGURE PROFESSIONALI PIU' RICHIESTE? – Camerieri e personale di sala (25%), cuochi e baristi (19%), commessi (16%), addetti alle attività amministrative (10%), addetti alle pulizie, receptionist e addetti all'accoglienza, manutenzione servizi (7%).

CHI VUOLE ASSUMERE – Il 78% prevede di fare nuove assunzioni. Soprattutto nel comparto della ricettività (96%), nei servizi della ristorazione (91%), nell'artigianato (85%), nell'ingrosso (78%).

E' DIFFICILE IN QUESTO MOMENTO REPERIRE PERSONALE? - Sì per l'86% delle imprese (quasi 9 su 10). Nella ricettività (100%), nei servizi di ristorazione (94%) e fra gli artigiani (93%) i maggiori problemi. Difficoltà che non mancano neppure per l'ingrosso e i servizi alle imprese (84%).

PERCHE' SI FA FATICA A TROVARE PERSONALE? – Secondo le imprese che hanno risposto all'indagine il motivo principale (41%) risiede nella mancanza di competenze richieste/esperienza. Ma è importante anche l'indisponibilità a orari/giorni proposti (36%). Le diverse ambizioni personali di realizzazione lavorativa vengono indicate dal 15% delle imprese. La retribuzione giudicata dal candidato troppo bassa è segnalata come motivazione dal 9% delle imprese.

...E CON QUALE CONTRATTO – Il 50% a tempo indeterminato, il 50% a tempo determinato. A tempo indeterminato è maggiore la propensione ad assumere nei servizi alle imprese (65%) e nell'ingrosso (61%). A tempo determinato è la modalità più indicata nella ricettività e nel dettaglio non alimentare (59%), ma anche fra gli artigiani e le attività di agenzia e rappresentanza (58%).

Mancanza di competenze richieste/esperienza la principale motivazione. Importante anche l'indisponibilità a giorni/orari proposti. Puntare sulle scuole di formazione professionale

ULTIMA ORA Le ultime notizie sulla guerra in Ucraina, in diretta

Lavoro a Milano, sempre più imprese non trovano personale. E 9 imprenditori su 10 vorrebbero assumere

di Redazione Milano

Dopo un anno nuova indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Mancanza di competenze richieste e di esperienza la principale. Importante anche l'indisponibilità a giorni/orari proposti. Per ricettività, ristorazione e artigiani, i maggiori problemi nel reperire addetti

CORRIERE TV

LE SCUOLE DI FORMAZIONE PROFESSIONALE COME "FONTE" DI NUOVO PERSONALE – Il 44% delle imprese si rivolge alle scuole di formazione professionale come possibile fonte per reperire personale. Più motivati nei confronti dell'offerta di neo-lavoratori dalle scuole di formazione professionale sono gli artigiani (61%), le attività ricettive (56%), la ristorazione (55%). Fra le imprese che non si sono ancora rivolte alle scuole di formazione professionale vi sono in particolare le attività di agenzia e rappresentanza (92%), i servizi alle imprese (76%) e il dettaglio non alimentare (72%). L'area dove è maggiore l'interesse per la possibilità di reperire personale dalle scuole di formazione professionale è Monza Brianza (57%). A Milano hinterland il 46%, a Milano città il 43%. Lodi il 35%.

FORMA TIPO B | FORMA TIPO C | FORMA TIPO D | FORMA TIPO D plus | SMART | SMART Plus

ENTE MUTUO
ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA

A PARTIRE DA **€30,00** ALL'ANNO

ENTE MUTUO REGIONALE ASSISTENZA SANITARIA

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

UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!

SENZA ATTESE

SCONTO SULLE PRESTAZIONI FINO AL 40%

ASSISTENZA 24/7

DETRAIBILITÀ FISCALE

NETWORK CAPILLARE SUL TERRITORIO

Corso Venezia, 49 • 20121 Milano • Tel. 02.7750.950 • marketing@entemutuomilano.it • www.entemutuomilano.it

Tanto pubblico (oltre 3.500 persone) per le masterclass e le degustazioni a Palazzo Castiglioni con i Maestri del gelato e della pasticceria

In queste pagine foto di Arianna Del Ben e Mattia Dognini

ChocoLOVE: in Confcommercio Milano la festa del gelato artigianale al cioccolato

Sono arrivati a Milano da ogni parte d'Italia i Maestri del gelato che nel weekend del 24 e 25 giugno hanno fatto vivere tutti i segreti del vero gelato artigianale al cioccolato a Palazzo Castiglioni, in Confcommercio Milano. Una festa aperta alla città a ingresso gratuito.
L'evento è stato organizzato da Chocolate Culture (con la società di comunicazione Beebest srl) con il supporto di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ed ha visto numerose masterclass dei Maestri del gelato e della pasticceria oltre alla possibilità di degustare un'ampia gamma di gelati al cioccolato nel giardino di Palazzo Castiglioni che, grazie alla collaborazione di Alga - Assofood Gelatieri Artigiani della Confcommercio milanese, è stato il luogo dove poter compiere un viaggio nel gelato al cioccolato.
Per ChocoLOVE Gelato Artigianale il giardino di Palazzo Castiglioni ha complessivamente accolto oltre 3.500

segue a pag. 16

segue da pag. 15

persone che hanno potuto gustare un'ampia varietà di gelato artigianale al cioccolato grazie alla partecipazione delle gelaterie: Il Rigoletto, Gelatario, Mango Esotico, Merelli di Milano, Dav Pastry Lab e Cuor di Gelato di Bergamo.
ChocoLOVE Gelato Artigianale è stato inoltre un evento diffuso grazie al coinvolgimento delle gelaterie lombarde che hanno dedicato, nel loro punto vendita, il gelato al cioccolato: LatteNeve di via Vigevano, Pasticheri di via Canonica e tutte le gelaterie e pasticcerie che hanno partecipato alle masterclass.

Sono stati prodotti oltre 500 kg di gelato al cioccolato in tutte le sue espressioni: dall'extra fondente, al latte, al bianco; a base acqua per chi è intollerante o variegato ai fichi, al lampone o al frutto della passione.
Il gelato artigianale italiano al cioccolato ha anche contribuito con una raccolta fondi di oltre 5.000 euro a favore dell'Ente Ceramica del Comune di Faenza, per

sostenere le botteghe artigiane colpite dalla recente alluvione (vedi box pagina di fronte).
Main sponsor di ChocoLOVE Gelato Artigianale Irca SpA e il suo brand dedicato al mondo del gelato JoyGelato. Grazie, inoltre, ai Partner Equipment: Bravo SpA con la sua macchina Trittico che è stata usata da tutti i gelatieri per la produzione del gelato e la sua temperatrice; Irinox Professional

che sostiene il progetto ChocoLOVE con la fornitura dei conservatori indispensabili per i prodotti al fresco come Panna Pandì. Hanno poi sostenuto l'evento Coni Perfetto, Italiazuccheri, Maldindia, Ditta Petrolati e Beebest srl (organizzatore dell'evento).
Davide Comaschi e Roberto Beria Dav Pastry Lab

– Bergamo con la masterclass "I segreti del cioccolato in gelateria", hanno aperto la giornata di sabato 24 giugno con una lezione sul cioccolato e la sua degustazione, sia al naturale sia nella sua versione gelato. A seguire Andrea Riva di Gelart, l'arte del Gelato di Sesto San Giovanni, ha presentato "C'era una volta il gelato al cioccolato, la ricetta tradizionale". Antonio Morgese della storica Gelateria Rigoletto di Milano ha presentato ai numerosi partecipanti alla masterclass una novità: ChocoPassion, la fusione tra frutto della passione e gelato al cioccolato bianco.
Direttamente da Torino Riccardo Ronchi della famosa gelateria Mara dei Boschi, oggi anche a Milano grazie a Davide Di Piazza, ha preparato due gusti: Il Fondente e il Marotto. Ronchi ha spiegato la filosofia di Mara dei Boschi, un brand che nasce dalla collaborazione con Enrico Costanza, culinary gardener, distillatore di oli essenziali e acque aromatiche a uso alimentare. Durante la masterclass è stato svelato l'abbinamento con idrolati alimentari estratti principalmente da piante officinali e fiori.
Roberta Wang e Mattia Dellon de Il Golosone - Lacchiarella

Alluvione: degustazioni con raccolta fondi per Faenza

Mentre i Maestri sono saliti sul palco della Veranda Liberty di Palazzo Castiglioni per illustrare i segreti del gelato al cioccolato al pubblico, i visitatori hanno potuto anche provare il gelato al cioccolato nel giardino con un percorso degustazione, cuore di una raccolta fondi a favore del Comune di Faenza per supportare i territori colpiti dalla recente alluvione. Degustazioni rese possibili grazie all'acquisto di diverse tipologie di esperienze gelato.

(Mi) hanno portato il loro Cioccolato Bianco, Bergamotto, Pepe Rosa; Stefano Dassie - di Dassie Gelato -Treviso, il Cioccolato al Gorgonzola e Gin, e Andrea Zingrillo - Gelateria Wally, Milano - il suo Bosco di Cioccolato, gelato al cioccolato con infuso di porcini.

Il Maestro Denis Buosi di Apei (Ambasciatori pasticceri d'eccellenza, del Maestro Iginio Massari) ha presentato, mentre preparava un gelato a base di nocciole e cioccolato, il suo progetto di gelateria sociale Gelato Experience a Tradate (Varese) che è stato inaugurato lo scorso marzo e ha come obiettivo quello di produrre un gelato artigianale d'eccellenza, realizzato con la selezione delle migliori materie prime in un connubio di tradizione e innovazione. Il progetto impegna nel servizio persone con disabilità e donne vittime di violenza ospiti nelle Case Rifugio di San Carlo Società Cooperativa e Sociale.

Domenica 25 giugno è stata la giornata dedicata al gelato al cioccolato a base acqua presentato da: Sandra Del Giovane di Baldo Gelato (2 Coni Gambero Rosso) di Lecce, che ha portato il suo Cioccolato Fondente a base acqua variegato ai fichi. Niente aromi, solo il gusto del cacao e del cioccolato e i sapori della guarnizione di fichi secchi e cupeta leccese (un croccante di mandorle tipico della tradizione salentina).

Stefano Ferrara - Gelato Lab (3 Coni Gambero Rosso) di Roma, ha presentato la sua ricetta vegan: Fondente al cacao crudo. Si tratta di un cioccolato fondente su base acqua realizzato con un solo zucchero (barbabietola grezza). Il cioccolato è una pura massa del Perù con fermentazione di soli due giorni, questo fa sì che conservi tutti i profili aromatici tipici della fava di cacao: non si scalda oltre i 45 /50 gradi per mantenere tutte le proprietà organolettiche e olfattive.

Il Maestro Giuseppe Piffaretti, Ambasciatore Apei, de La Bottega del Fornaio di Mendrisio – Svizzera, ha presentato due gusti: gelato al cioccolato bianco ai frutti esotici e il suo gelato fondente con tè verde matcha e granella di crumble cioccolato.

Il Maestro Angelo Grasso, esperto di Bravo spa, ha raccontato la storia del gelato al cioccolato e realizzato la versione tramandata dalla sua famiglia di gelatieri artigiani.

La Pasticceria Martesana di Milano ha esaltato il gelato con il Maestro Domenico Di Clemente, anche lui Ambasciatore Apei, che ha preparato un sorbetto al cioccolato e lampone.

Il gelato al cioccolato ritornerà a ChocoLOVE 2024, il primo evento dedicato alla cultura del cioccolato, che si svolgerà dall'8 al 14 febbraio sempre in collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Iscriversi ai corsi ITS Academy Innovaprofessioni

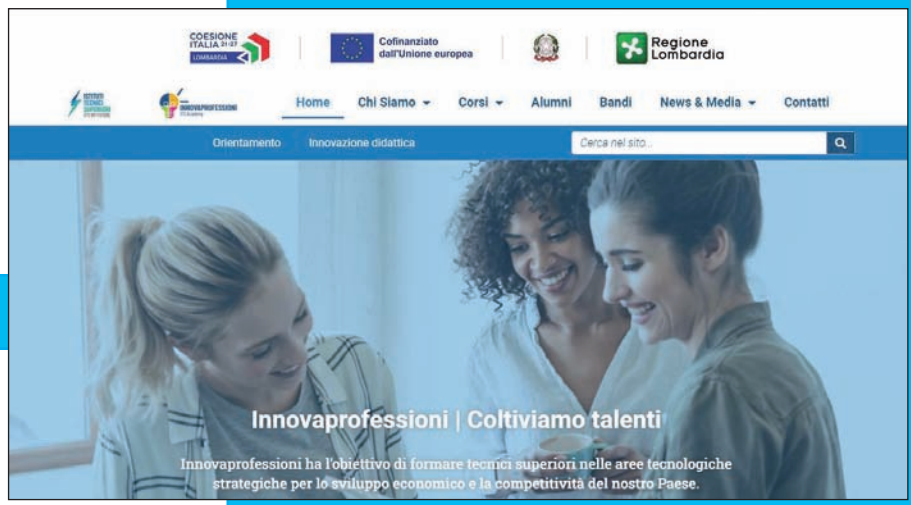
Quattro proposte: hotel manager, manager culturale, travel agency specialist, manager dei grandi eventi

Corsi cofinanziati da Regione Lombardia. Per gli associati a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e i loro familiari quota annua di iscrizione ridotta

ITS Academy Innovaprofessioni (che fa parte del polo formativo di riferimento di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) promuove la nuova offerta formativa ITS per il biennio 2023/2025.

Si tratta di corsi di alta formazione post diploma, della durata di due anni, che consentono di conseguire il diploma di tecnico superiore ITS valido in tutta l'Unione Europea.

La formula dei corsi è mista, tra lezioni d'aula, attività di laboratorio, visite didattiche e almeno 400 ore all'anno di stage formativo in aziende del settore.



Tutti i corsi sono cofinanziati da Regione Lombardia. I corsi Its possono essere frequentati da residenti o domiciliati in Lombardia in possesso di diploma di scuola superiore.

A carico dei partecipanti è prevista una quota di € 1.000/anno.

Per gli associati Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza o loro familiari la quota è ridotta a € 800/anno.

I CORSI

Le iscrizioni ai corsi (che partiranno a fine settembre/inizio ottobre) sono aperte sul sito *www.innovaprofessioni.it*.

Contatto anche email scrivendo a: *direzione@innovaprofessioni.it* o per telefono allo 02.40305328

HOTEL MANAGER

Realizzato in collaborazione con Federalberghi Lombardia

Il Tecnico Superiore per la gestione e lo sviluppo di strutture alberghiere è in grado di presidiare tutti i processi gestionali di un albergo: amministrazione e gestione delle strutture ricettive ed alberghiere, marketing e digital communication, food & beverage management, room division, customer care, ricevimento, prenotazioni, sala e bar, spa e wellness, gestione eventi, digital marketing e communication, valorizzazione turistica.

Sbocchi occupazionali: settore alberghiero.

MANAGER CULTURALE

Realizzato in collaborazione con Agis (Associazione Generale Italiana dello Spettacolo) e Confcommercio Impresa Cultura

Il Tecnico Superiore Manager culturale per lo sviluppo del territorio collabora alla definizione del programma culturale; gestisce i rapporti con compagnie, artisti, ospiti e relatori, sovrintende agli aspetti preparatori e realizzativi coinvolgendo personale tecnico e di servizio; promuove l'immagine e le iniziative, organizza i contatti con la stampa; cura gli aspetti distributivi e commerciali monitorando anche gli aspetti amministrativi e di controllo di gestione.

Sbocchi occupazionali: cinema, teatri di musica e prosa, agenzie e comitati che organizzano festival culturali, società che organizzano eventi culturali e spettacoli, centri culturali.

TRAVEL AGENCY SPECIALIST

Realizzato in collaborazione con FTO (Federazione Turismo Organizzato)

Il Tecnico Superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche – Travel Agency Specialist sarà formato su: mercato turistico e filiera, organizzazione dell'agenzia di viaggio; normative turistiche; geografica turistica; geografia politica; ticketing; organizzazione di viaggi su misura; customer care e post vendita; sistemi operativi leisure; sistemi operativi business travel; contabilità e controllo di gestione per l'agenzia di viaggio; marketing turistico; digital marketing & communication; tecniche di comunicazione efficace; tecniche di vendita.

Sbocchi occupazionali: agenzie viaggio, tour operator, travel network

MANAGER DEI GRANDI EVENTI

Inserito da Fondazione Milano Cortina 2026 all'interno dell'education programme "GEN26"

Il Tecnico Superiore per l'organizzazione dei grandi eventi si occuperà di: sistema turistico e normative di settore; organizzazione dei grandi eventi; organizzazione dei grandi eventi sportivi; logistica e allestimenti; ospitalità e ristorazione; gestione dell'indotto turistico; trasformazioni e valorizzazione del territorio; marketing e promozione turistica e territoriale; comunicazione tradizionale e digitale; interculturalità; sicurezza; lingue straniere di settore.

Sbocchi occupazionali: attraverso il percorso formativo sarà possibile inserirsi all'interno di aziende e agenzie specializzate nell'organizzazione di eventi e grandi eventi, con particolare riguardo ai grandi eventi sportivi che, nei prossimi anni, interesseranno il nostro territorio.

All'Autodromo di Monza con oltre 400 partecipanti, riconoscimenti ai soci e iniziative per il sociale

FIMAA Milano Lodi Monza Brianza
L'evento "Città Metropolitana, unicità e forza del nostro territorio"

"Città Metropolitana, unicità e forza del nostro territorio": questo il tema dell'evento FIMAA Milano Lodi Monza Brianza (l'Associazione degli agenti immobiliari e merceologici) per parlare di innovazione, network, etica e competenze, di un futuro sostenibile. L'iniziativa si è svolta nell'importante location dell'Autodromo di Monza, con il patrocinio dei Comuni di Milano, Monza e Lodi, del Consorzio Villa Reale e Parco di Monza, di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (cui FIMAA MiLoMB aderisce) della Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi, della Granaria di Milano e dell'Automobile Club Milano. Oltre 400 i partecipanti tra associati FIMAA MiLoMB, dirigenti di altre FIMAA territoriali italiane e le rappresentanze di ordini e associazioni del mondo immobiliare.

Il presidente Vincenzo Albanese: "dobbiamo uscire dai confini e lavorare tutti insieme, anche in un'ottica di partenariato pubblico privato, per affrontare, e magari anche anticipare il futuro"

Le premiazioni

Riconoscimenti di FIMAA MiLoMB ad associati fedeli e a chi si è distinto sul territorio. Sono, inoltre, state consegnate tre targhe speciali in memoria di Arietto Paletti (per l'impegno verso la professione), di Claudio Lossa (per l'attività associativa), di Giorgio Viganò (per l'attività internazionale).

FIMAA MiLoMB per il Sociale
Le Associazioni sostenute

Le Associazioni sostenute durante la serata di FIMAA MiLoMB sono Amani (OdV dell'ala grande dell'Olimpia Basket e della Nazionale, Giampaolo Ricci, per la costruzione di una scuola in Tanzania), Slums Dunk (OdV del campione cestista Bruno Cerella, per l'educazione attraverso il basket in Paesi poveri, ma anche per la riqualificazione urbana di playground che divengano centri di aggregazione e di sicurezza), Mio Fratello (OdV che fa capo anche all'associato FIMAA MiLoMB Stefano Martini, per migliorare la qualità di vita dei pazienti affetti da malattie oncologiche), Fondazione PUPI (di Javier Zanetti, per il sostegno a bimbi e ragazzi in Argentina) e la Squadra di football dei RAMS Milano, fondata negli anni '70 dall'associato e dirigente FIMAA MiLoMB Paolo "BIG RAM" Crosti, scomparso per Covid nel marzo 2020, che ha sempre utilizzato lo sport per educare e per offrire un futuro migliore a ragazzi in difficoltà. La raccolta fondi non si è fermata alla serata, ma prosegue anche con un'asta di cimeli sportivi autografati.

Grazie ai partecipanti e alle tante aziende partner che hanno aderito, è stato possibile effettuare anche una raccolta di fondi a sostegno di alcune delle organizzazioni benefiche seguite da FIMAA MiLoMB per il Sociale. Presente, in rappresentanza di alcune di queste, il campione di basket Bruno Cerella.
"Parliamo di Città Metropolitana perché dobbiamo uscire dai confini e lavorare tutti insieme, anche in un'ottica di partenariato pubblico privato, per affrontare, e magari anche anticipare il futuro" ha affermato il presidente di FIMAA MiLoMB Vincenzo Albanese che ha parlato di distretti e di implementazione delle infrastrutture, di rigenerazione urbana attraverso un ecosistema coeso tra governo pubblico, interventi privati e forme emergenti di innovazione con grande attenzione al sociale. "Dobbiamo curarci dei giovani, degli studenti, dei neo assunti, dei lavoratori atipici, delle giovani coppie – ha detto - perché il tema abitativo non sia un'emergenza che colpisce fasce sempre più ampie di soggetti. Il tema degli affitti poco accessibili a Milano – in particolare per gli studenti, ma non solo - rischia di svuotare la città, drenando linfa vitale. L'unicità e la forza del nostro territorio devono essere motivo di interventi concreti e coordinati, oltre che allargati a tutta la Città Metropolitana".

Folta la rappresentanza del Gruppo Giovani di FIMAA MiLoMB, in continua crescita e impegnato in molte attività interassociative. Presenti anche molti dei Coordinatori e dei Rilevatori dei Prezzi degli immobili e delle aziende, la cui attività fa di FIMAA MiLoMB un interlocutore istituzionale.

La presenza delle istituzioni

"La serata è stata un'ottima occasione di incontro e di confronto anche con le autorità del territorio" ha rilevato Flavio Bassanini, vicepresidente vicario FIMAA MiLoMB. All'iniziativa FIMAA MiLoMB è stata infatti ampia la rappresentanza con gli interventi delle istituzioni locali: gli assessori del Comune di Monza, Carlo Abbà e Marco Lamperti; il sindaco di Lodi Andrea Furegato; il consigliere comunale milanese Filippo Barberis. E' intervenuto anche il segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Marco Barbieri: tra i territori "dal dialogo e dall'ascolto possono partire attività condivise che permettono a tutti di adattarsi al cambiamento, di compensarsi, di integrarsi". E' importante "fermarsi e riflettere su quali strade prendere e quali percorsi valorizzare".

Creazione nelle autorimesse cittadine di aree di parcheggio dedicate ai monopattini in sharing

Il momento della firma del protocollo d'intesa tra Assomobilità, APA e Voi Technology

Da sinistra Simonpaolo Buongiardino, presidente di Assomobilità e Federmotorizzazione; Stefano Martarelli, presidente APA; Folco Gervasutti, responsabile comunicazione Italia e Spagna Voi Technology

Monopattini "ordinati" e sostenibili per Milano Protocollo d'intesa tra Assomobilità, APA (autorimesse) e Voi Technology

Assomobilità, APA - l'Associazione milanese autorimesse – e Voi Technology, azienda di micro mobilità elettrica in condivisione presente a Milano dal 2020 con una flotta di 750 monopattini elettrici di ultima generazione a servizio dei bisogni di mobilità di milanesi, pendolari e turisti in città, con il patrocinio di Federmotorizzazione Confcommercio, hanno firmato un protocollo di intesa con l'obiettivo di aumentare le possibilità di parcheggio dei monopattini elettrici a Milano senza dover pesare ulteriormente sull'occupazione del suolo pubblico, e di promuovere attività di sensibilizzazione al corretto parcheggio con il coinvolgimento di tutti gli associati al sistema Confcommercio Milano ad una partecipazione civica attiva contro il fenomeno del "parcheggio selvaggio" di monopattini in sharing.

Iniziativa con il patrocinio di Federmotorizzazione Confcommercio

Il protocollo di intesa è stato siglato nel corso di una conferenza, svoltasi in Confcommercio Milano, su "Monopattini, parcheggi e Milano. Una questione di educazione e mobilità multimodale per una Milano ordinata".

Autorimesse: parcheggio dell'auto e uso del monopattino - Grazie ad una convenzione tra Voi Technology e APA, le autorimesse associate offriranno alla cittadinanza una parte del proprio spazio privato per il parcheggio dei monopattini. Il parcheggio dei monopattini nelle autorimesse consentirà inoltre ad automobilisti e motociclisti la possibilità, una volta raggiunta l'area di parcheggio, di continuare il proprio percorso in città con il trasporto pubblico o su mezzo elettrico e sostenibile in sharing (da parte delle autorimesse aderenti all'iniziativa con Voi Technology, le aree messe a disposizione per i monopattini saranno collocate all'esterno, in zone sempre di competen-

za delle autorimesse stesse. Il possessore dell'auto, quando parcheggerà nell'autorimessa, potrà poi utilizzare il monopattino a un costo convenzionato). In questo modo, l'accordo si pone come obiettivo l'aumento del tasso di "intermodalità", ovvero la scelta di due o più mezzi per i propri spostamenti in città, a favore di quelli più sostenibili ed efficaci contro la creazione di traffico urbano per gli spostamenti interni ai confini comunali.

Voi Technology fornirà anche il servizio "Report a Voi": attraverso Assomobilità una linea diretta con tutti i soci del sistema Confcommercio milanese per facilitare lo spostamento e la rimozione di monopattini parcheggiati in modo scorretto dagli utenti e che possono bloccare le entrate delle attività commerciali e degli uffici

Con Assomobilità diffusione di vademecum Voi Technology - Il secondo punto dell'intesa prevede, con Assomobilità, la diffusione agli operatori associati al sistema Confcommercio Milano di due leaflet digitali elaborati da Voi Technology al fine di informare tutti gli associati su come si utilizza correttamente il monopattino elettrico e dove e come si deve parcheggiare in città, per mantenere il diritto di libera mobilità sul suolo cittadino per tutti gli attori del traffico: dai pedoni, agli automobilisti, ai ciclisti, ai monopattinisti e ai motociclisti. Veri e propri "vademecum" contenenti le regole per una corretta conduzione del monopattino in città e le linee guida per un appropriato parcheggio del mezzo, in modo da evitare ostacoli per i pedoni – aspetto particolarmente importante specie per i cittadini a mobilità ridotta – ed i ciclisti.

Il Servizio "Report a Voi" di Voi Technology – Voi Technology mette a disposizione di negozianti e professionisti il servizio "Report a Voi": un canale di contatto diretto, utilizzabile sia tramite app per smartphone che attraverso sito web, per segnalare monopattini (brandizzati Voi Technology) parcheggiati in maniera scorretta davanti alle proprie attività o agli ingressi dei propri uffici. Voi Technology si occuperà dello spostamento o della rimozione del mezzo entro un'ora dalla segnalazione. Un'iniziativa volta a rendere operatori commerciali e professionisti ancora una volta protagonisti nella collaborazione civica. (FG)

Foto di Giovanni Collinetti, Federico Giusti, Santa Santacesaria

FEDERMOTORIZZAZIONE
FEDERAZIONE NAZIONALE COMMERCIANTI MOTORIZZAZIONE

ASSOMOBILITA'

"L'impegno di imprese, associazioni e amministrazioni in questi anni ha permesso di rendere più innovativo il trasporto cittadino dando la possibilità di muoversi e spostarsi con facilità in maniera smart, comoda ed efficiente – *ha affermato Simonpaolo Buongiardino, presidente di Assomobilità e Federmotorizzazione* - Come sempre, però, è necessario uno sforzo comune affinché i nuovi sistemi di mobilità multimodale entrino nella complessità del tessuto urbano con regole certe e condivise. Il protocollo di intesa firmato va proprio in questa direzione, puntando sull'educazione all'utilizzo corretto del mezzo, grazie al sistema di e-learning integrato nell'app di Voi, e fornendo ai nostri associati uno strumento concreto per il mantenimento dell'ordine dello spazio delle nostre città, nel bene e nell'interesse di tutti".

Folco Gervasutti, responsabile comunicazione Italia e Spagna di Voi Technology ha dichiarato: "Per la prima volta una grande associazione come Confcommercio Milano, con le associazioni APA e Assomobilità, sostiene l'iniziativa di un'azienda privata di mobilità elettrica in sharing. La parte produttiva della città, dai proprietari di autorimesse, ai commercianti, passando per i professionisti, sarà un'alleata fondamentale per manifestare il reale potenziale positivo della micro mobilità elettrica in sharing.

voi.

Togliendo, finalmente, l'attenzione sugli aspetti 'negativi', che solo alcuni utenti poco inclini alle regole continuano ad alimentare. Inoltre, nella creazione di una Milano fatta per essere vissuta, grazie alla generosità ed al coinvolgimento dei gestori di autorimesse milanesi, l'intermodalità sarà aumentata: ad oggi, già circa il 40% dei nostri utenti vive nelle aree periferiche di Milano o nell'Hinterland, integrando il tragitto in auto per arrivare in città con quello dei monopattini per l'ultimo miglio. Allo stesso tempo, già oggi il 20% dei nostri utenti, integra i propri spostamenti in auto privata con i nostri monopattini, più facili da parcheggiare in aree congestionate come il centro storico e il semi centro cittadino".

APA Associazione Provinciale Autorimesse | Parking Milano

"La firma di questo protocollo punta nuovamente i riflettori sull'importanza delle nostre autorimesse come hub della mobilità cittadina – *ha commentato Stefano Martarelli, presidente di APA* - Già con l'introduzione di Area C abbiamo dimostrato che le nostre strutture possono avere un ruolo centrale nella creazione di piattaforme logistiche fondamentali per la fruizione di Milano. Ora, grazie alla partnership con Voi Technology, le nostre autorimesse diventano un nodo per la mobilità multimodale. Il futuro delle autorimesse è nell'ampliamento dei servizi".

COMMERCIO CHIMICO - ASSICC: ASSEMBLEA GENERALE ALL'AMBROSIANA CON IL CONVEGNO "IL MONDO NEL 2023: QUALI SCENARI PER LE IMPRESE E IL MERCATO?"

- A Milano all'Ambrosiana assemblea generale – parte pubblica – di AssICC, l'Associazione italiana commercio chimico, con il convegno "Il mondo nel 2023: quali scenari per le imprese e il mercato?". Con il presidente di AssICC Marco Coldani, il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli; Paolo Magri, vicepresidente esecutivo Ispi; Stefano Fabris, vicepresidente esecutivo Versalis. *Approfondimento nel prossimo numero.*

Franchising: fatturato oltre i 30 miliardi di euro

Presentato in Confcommercio Milano il Rapporto Assofranchising Italia 2023 – Strutture, Tendenze e Scenari - curato da Nomisma

Prosegue la crescita del comparto del franchising, nonostante un 2022 caratterizzato da alti tassi di interesse e da un mancato allentamento della pressione inflazionistica. Questo risultato positivo è stato trainato, in parte, da un mercato del lavoro più reattivo e dal risparmio accumulato dalle famiglie, che ha contribuito ad ammortizzare gli effetti negativi dell'inflazione, sostenendo la propensione al consumo. È questo lo scenario fotografato dal Rapporto Assofranchising Italia 2023 – Strutture, Tendenze e Scenari curato dal Centro studi di Nomisma e presentato in Confcommercio Milano. Continuano nel 2022 le buone performance del settore, con un aumento del giro d'affari e degli occupati. Il fatturato del comparto supera la quota di 30.9 miliardi di euro (+7,1% rispetto al 2021). Una situazione, questa, che favorisce il trend positivo del numero di punti vendita in franchising che raggiunge quota 61.162 (+2,2% rispetto al 2021) e degli addetti occupati che raggiungono i 252.848 (+6,2% rispetto al 2021). La media di personale per punto vendita in franchising è di 4,1: dato sostanzialmente stabile rispetto alla precedente rilevazione, a testimonianza del protrarsi del periodo favorevole che stanno attraversando i punti di vendita di più grandi dimensioni, appartenenti al settore Casa e Distribuzione Organizzata. Rimangono stabili le insegne operative in Italia (954), dopo la contrazione avvenuta nel 2020 (-103) e la crescita nel 2021 (+78). Una stabilità che deriva da una forte dinamicità con la cessazione di alcune insegne nell'ambito dell'abbigliamento per bambini e bar-gelateria e parallelamente la crescita di nuove insegne nell'ambito ristorazione, casa e servizi. Considerando i settori merceologici più performanti al primo posto si trova la gdo che, con un giro d'affari che supera gli 11 miliardi di euro, incide per il 37% sul fatturato complessivo del franchising. In seconda posizione il comparto abbigliamento (oltre i 7,5 miliardi di fatturato) e, a seguire, i servizi (4,5 miliardi di fatturato); la ristorazione in franchising supera, invece, i 3,2 miliardi di fatturato.

La fotografia offerta da Nomisma pone l'accento anche sul futuro del settore: in questo 2023 si stima una previsione di aumento del fatturato nell'ordine del +3%, con un tasso di crescita più contenuto rispetto all'anno precedente.

"Nonostante la congiuntura il franchising si dimostra ancora una volta un modello vincente – sottolinea Alberto Cogliati segretario generale di Assofranchising - La vera forza sta nella capacità degli imprenditori che operano in questo settore di riposizionarsi in maniera efficace sul mercato. Come evidenziato da Nomisma le previsioni per il futuro sono positive e tra le scelte imprenditoriali future spicca la soluzione del multi-affiliato, modello che consente migliori performance e una maggiore organizzazione e pianificazione finanziaria. Ad oggi sono quasi 7 su 10 i franchisor che hanno multi-affiliati e il numero è destinato a crescere".

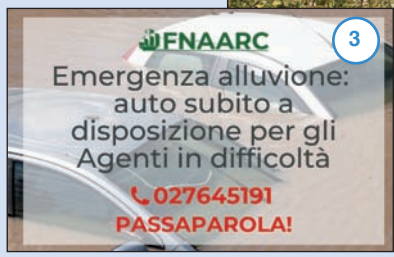
La crescita dell'e-commerce - La tecnologia sta dando un grande impulso al comparto del franchising e sarà sempre di più un asset strategico di competitività. Tra gli intervistati nell'indagine Nomisma, 1 brand su 2 possiede un canale e-commerce attivo già da prima del 2020, mentre il 18% dichiara di averlo attivato tra il 2020 e il 2022. Cresce la quota di fatturato derivante dalla vendita e-commerce (+8,7% nel 2022) e dalle dichiarazioni dei franchisor si prevede un'ulteriore crescita fino al 12,8% per il 2023. Nel prossimo triennio l'84% delle imprese interessate dalla survey è propenso ad investire in digital technology per migliorare le performance economico-finanziarie e la gestione della propria rete.

Fnaarc, un nuovo logo che "parla" ai giovani agenti di commercio

Un nuovo logo per Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio. Lo ha scelto l'assemblea dell'Associazione. Un rinnovamento del logo pensando allo sviluppo associativo con l'apertura verso le nuove generazioni di agenti.
Occorre far conoscere ai giovani agenti di commercio il valore e il potenziale dell'associazione e il vantaggio di essere iscritti. Fnaarc ha voluto perciò aggiornare la propria immagine con un logo di semplice lettura, immediato, a partire dal naming. Si è scelto, infatti, di aggiungere la parola "Agenti" per rivolgersi immediatamente alla categoria, stimolando un senso di riconoscimento ed appartenenza.
E si è scelta anche la connessione con l'immagine che ha identificato Fnaarc negli anni mantenendo la storica icona della caravella il cui scopo primario era quello di indicare l'esplorazione e la scoperta di nuove rotte. Ma è una caravella, ora, alleggerita graficamente per comunicare il concetto di dinamicità proprio degli agenti di commercio, oltre a quello di velocità e proattività, proprio di Fnaarc.
Per inquadrare ancora meglio l'Associazione e rendere di immediata comprensione i servizi e vantaggi offerti, è stato inoltre aggiunto il pay-off "Tutela, servizi, opportunità".
Infine, è stata collocata una barra tricolore sulla base, a sottolineare il nome Fnaarc. La bandiera conferisce istituzione al marchio e ne agevola un'eventuale internazionalizzazione.
Per affrontare le nuove sfide di un mercato sempre più competitivo ed in continuo mutamento, Fnaarc ha inoltre potenziato la propria struttura con nuove competenze; ha ampliato l'offerta di servizi come, ad esempio, l'assistenza nella compilazione delle pratiche; ha incrementato le attività di comunicazione, sempre più coordinata ed uniforme, attraverso il restyling del sito web, oggi ancora più user-friendly, e ottimizzato la propria presenza social. (AP)

Consegnata da Fnaarc la prima auto all'agente di commercio che ha perso il proprio autoveicolo nuovo durante l'alluvione

Consegnata da Fnaarc ad un agente di commercio di Sant'Agata sul Santerno (Ravenna) la prima automobile in sostituzione del veicolo (appena acquistato: 45 giorni) che l'agente ha perso durante l'alluvione. Il momento simbolico della consegna – nell'ambito dell'iniziativa Emergenza alluvione di Fnaarc - è avvenuto con il vicepresidente Fnaarc Massimiliano Pratesi. "Immediatamente – spiega Alberto Petranzan, presidente di Fnaarc – ci siamo attivati per dare supporto gratuito dei nostri servizi associativi agli agenti e rappresentanti messi in serie difficoltà nella loro attività lavorativa per gli effetti dell'alluvione. Ora stiamo sviluppando quest'ulteriore iniziativa di solidarietà. L'automobile, per noi agenti, è come l'ufficio: perderla improvvisamente vuol dire bloccare la nostra attività. Con Autosystem, società di noleggio autoveicoli, vicina al mondo degli agenti ed attenta e sensibile nei confronti della nostra categoria, mettiamo a disposizione auto con un canone d'affitto simbolico".



La consegna (foto 1) dell'auto a noleggio all'agente di commercio che ha perso il proprio autoveicolo nuovo (foto 2) durante l'alluvione. L'avviso passaparola dell'iniziativa (foto 3)

Iniziativa con Autosystem. Il presidente Fnaarc Alberto Petranzan: l'auto per l'agente è come l'ufficio. Perderla improvvisamente vuol dire bloccare la nostra attività. Le autovetture che possiamo consegnare sono disponibili da subito, così da poter tornare a lavorare

L'agente e rappresentante di commercio Enasarco delle zone alluvionate che, al momento, non ha più disponibile la propria autovettura, può noleggiarla per un anno a un canone calmierato che comprende i soli costi vivi di gestione. "Sono auto – sottolinea Petranzan – disponibili da subito così da poter tornare a lavorare. Fnaarc è un'associazione costituita da agenti di commercio e fondata sulla solidarietà fra colleghi". Fnaarc nelle zone alluvionate è presente nei Comuni di Ravenna, Faenza, Cesena e Rimini.

Paola Generali, presidente di Assintel

Assintel: in Italia vittime dei cyber attacchi in aumento dell'85,7% Sono soprattutto pmi

La digitalizzazione corre di pari passo con la crescita degli attacchi informatici. Nel primo trimestre dell'anno sono stati colpiti da ransomware 898 obiettivi in 79 paesi, e in Italia le vittime sono in aumento dell'85,7%. Questi attacchi si concentrano principalmente sulle piccole e medie imprese: l'80% di essi ha infatti come obiettivo le aziende con un fatturato inferiore ai 250 milioni di euro, mentre nel mese di maggio di quest'anno emerge come il 65% degli attacchi abbia riguardato realtà con meno di 100 dipendenti. Questi sono alcuni dei dati salienti che emergono dal Cyber Threat Infosharing, la piattaforma che Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict e digitali, attraverso il proprio Cyber Think Tank, lancia in versione 1.0 aperta a tutta la community Ict.

Il Cyber Think Tank dell'Associazione delle imprese Ict e digitali Confcommercio al lavoro per aumentare gli strumenti di prevenzione e cultura per le imprese. Chiesto al Governo un intervento che incentivi gli investimenti in cybersecurity

L'obiettivo è quello di informare le imprese tecnologiche su tutti i rischi cyber in tempo reale, in modo che siano attrezzate ad intervenire a cascata con le loro imprese clienti. "Considerando il livello ancora basso di consapevolezza sulla cybersecurity nelle pmi italiane, le imprese Ict dell'offerta possono costituire l'anello forte della catena digitale, per il loro rapporto di fiducia con i propri clienti. E questo si inserisce come parte della nostra mission di supportare la trasformazione digitale nel Paese. Ma servono anche incentivi economici: quanto già è stato fatto o pianificato attraverso il PNRR potrebbe essere affiancato da un'ulteriore defiscalizzazione degli investimenti nel campo della cybersecurity", così ha commentato Paola Generali, presidente di Assintel.

La piattaforma è uno dei tasselli del programma dell'Assintel Cyber Think Tank guidato da Pierguido Iezzi, CEO Swascan, che ha rilevato: "Il progetto Threat Infosharing Assintel ha l'obiettivo di permettere alle aziende, a CISO, CIO e cyber security Expert di identificare le nuove evoluzioni delle minacce cyber operando in anticipo grazie alle informazioni, all'expertise e alle tecnologie messe in campo dal Cyber Think Tank. La piattaforma consente di creare una rete di collaborazione e scambio di conoscenze cyber in grado di rilevare e rispondere alle minacce più rapidamente ed efficientemente di quanto sarebbe possibile se ogni entità operasse in modo isolato. Un tassello cruciale di sicurezza predittiva, in grado di analizzare e anticipare le evoluzioni di tattiche, tecniche e procedure dei criminal hacker applicate a frodi informatiche, social engineering ed exploit. Una condivisione del livello di rischio cyber in grado di rafforzare ogni membro coinvolto".

La piattaforma è raggiungibile al link *https://www.assintel.it/servizi/threat-infosharing/*

Le iniziative dell'Assintel Cyber Think Tank continuano con un fitto programma di webinar e l'uscita del Cyber Magazine, periodico con articoli scritti dai più importanti punti di riferimento della materia (autori del prossimo numero: Raoul Chiesa, Guido Scorza, Andrea Lisi, Davide Maniscalco, Davide Giribaldi, Giampiero Cozzolino, Luca Mella, Marco Santarelli, Petra Chistè, Pierguido Iezzi, Ranieri Razzante, Selene Giupponi, Sofia Scozzari, Valentina Sapuppo, Vittorio Orefice, William Nonnis). (AS)

L'Associazione delle imprese di importazione, distribuzione e filiali di case estere di macchine utensili, utensileria e tecnologie industriali

Ascomut: Andrea Bianchi confermato presidente

Andrea Bianchi, riconfermato alla presidenza di Ascomut

"Incentivare gli investimenti in tecnologia è la chiave per sostenere la ripresa e per gettare le basi della 'nuova' Europa": questa è la chiave di lettura del contesto economico e sociale emersa dall'Assemblea annuale di Ascomut, l'Associazione delle imprese di importazione, distribuzione e filiali di case estere di macchine utensili, utensileria e tecnologie industriali, svoltasi in Confcommercio Milano giovedì 15 giugno.
Il presidente Andrea Bianchi ha evidenziato le criticità del contesto attuale: "Da oltre un anno dobbiamo fronteggiare, come sistema Paese e come sistema imprenditoriale, una situazione complessa ed incerta che, dopo avere finalmente messo alle spalle la crisi sanitaria, si è concentrata sugli scenari di guerra intra-europei, sui costi di energia, materie prime e componentistica, sulla dilatazione abnorme dei tempi di consegna, sull'onda inflattiva che impedisce la ripresa dei consumi".
Bianchi ha però affermato che i margini di crescita non mancano e che le imprese in Italia stanno dando prova di grande capacità di governare le altalenanti vicende interne ed internazionali che creano turbativa ai mercati ed alle attività produttive.

Rinnovato il Consiglio Direttivo

Nel corso dei lavori assembleari di Ascomut si sono svolte le operazioni di voto per gli Organi Direttivi dell'Associazione per il quadriennio 2023 – 2026. Alla presidenza è stato confermato Andrea Bianchi, laureato in ingegneria elettronica nonché amministratore delegato di Heidenhain Italiana (dal 2002), dopo avere maturato una solida esperienza in General Electric, in particolare nel settore dei sistemi e servizi per l'automazione, e successivamente alla direzione della divisione apparecchi per l'illuminazione di Philips.

Il nuovo Consiglio Direttivo Ascomut è così composto:

- Pasquale Aloise (Fraisa Italia)
- Massimo Amatl (Haimer Italia)
- Gianluca Baretton (R.F. Celada)
- Claudio Bordiga (Emuge-Franken)
- Angelo Loris Camporiondo (Centro Utensili)
- Pietro Camporiondo (NUI Utensili Europa)
- Alessandro Cecchini (Chiron Italia)
- Marco Corradini (Società Italiana Commerciale Utensili)
- Andrea Naggi (CDU)
- Davide Pedrini (Iscar Italia)
- Massimo Ravina (Bi.Erre.Di.)
- Ferruccio Redaelli (G. Redaelli)
- Mauro Sanclemente (Synergon)
- Marco Scoglio (Emanuele Mascherpa)
- Moreno Ugolini (Emil Macchine Utensili)

Benessere dei bambini da 0-6 anni e delle loro famiglie

Campagna "Le buone abitudini" Assonidi con Società Italiana di Pediatria e Bing (personaggio dei cartoni animati)

La campagna "Le buone abitudini" ha visto coinvolta Assonidi, l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati. Nei luoghi frequentati dai bambini nei primi anni di vita – la famiglia, l'asilo, lo studio del dottore, il parco giochi, le mense – presenti materiali oggetti, giochi ed eventi brandizzati con Bing e gli altri personaggi della serie animata con cui sono stati veicolati messaggi legati alla cultura della salute e a stili di vita sani. In particolare su argomenti come la nutrizione, l'importanza del gioco all'aria aperta, le principali regole di igiene e cura del bambino, l'importanza del sonno, la paura dei dottori e degli ospedali e molto altro.
Negli asili nido associati e alle famiglie la possibilità di ricevere e utilizzare i materiali della campagna per coinvolgere i bambini in momenti di gioco e di crescita in compagnia del proprio personaggio preferito.

Manager dell'internazionalizzazione Andrea Bonardi confermato presidente di IMIT

Andrea Bonardi, riconfermato alla presidenza di IMIT (foto Gloria della Patrona)

Assemblea elettiva in Confcommercio Milano. Nel nuovo Consiglio Direttivo, fortemente rinnovato, ampia presenza femminile

Conferma per Andrea Bonardi alla presidenza di IMIT – Italian Managers for International Trade - l'Associazione (prima in Italia, fondata nel 2017) che riunisce professionisti e manager dell'internazionalizzazione: operatori che svolgono attività di export management e consulenza nel commercio estero affiancando le imprese italiane nello sviluppo del loro business. La sede di IMIT è in Confcommercio Milano con la segreteria di Aice (l'Associazione italiana commercio estero).
L'assemblea elettiva di IMIT si è svolta nella sede della Confcommercio milanese e con la rielezione di Bonardi sono stati eletti il Consiglio Direttivo e il Collegio dei Probiviri.

IMIT

Presidente:
Andrea Bonardi

Consiglieri eletti:
Roberta Adesso
Franco Aprile
Gaetano Bonfissuto
Roberto Bottani
Antonino Di Marco
Paolo Engheben
Davide Gibellini
Addolorata Lattanzio
Benedetta Parise
Antonella Piva

Collegio dei Probiviri:
Giuseppe Barki
Simonetta Benenti
Debora Valente
Paolo Foresi (supplente)

Nel Direttivo di IMIT, profondamente rinnovato, la presenza femminile è del 40% a testimonianza di una professione che, oltre ad affermarsi, coinvolge sempre più donne manager competenti.
Andrea Bonardi, rieletto presidente di IMIT, vive fra Milano e l'Asia. Ha fondato Texere Advisors, società di consulenza per il retail con sede a Singapore, sviluppando per La Perla la rete commerciale della regione Asia-Pa-cifico. La sua esperienza asiatica aveva avuto inizio come segretario generale della Camera italiana in India. Bonardi è stato inoltre presidente della Ca- mera di commercio italiana a Singapore e ha fatto parte del Consiglio di Assocamerestero come rappresentante del-l'Area Asia-Sudafrica. Il presidente di IMIT Andrea Bonardi è inoltre consigliere di Aice.
"In un momento storico caratterizzato da un elevato grado di instabilità geopolitica a livello globale, dove le parole chiave sono sempre più diversificazione dei mercati di sbocco e regionalizzazione degli scambi – ha affermato Bonardi - la figura dell'export manager assume ancor più rilevanza nel guidare le imprese, soprattutto le pmi, nei loro percorsi di accesso ai mercati esteri".
"Il rallentamento dell'economia globale ed in particolare le difficoltà che stanno incontrando i mercati tradizionali dell'export italiano, Francia e Germania su tutti – ha proseguito il rieletto presidente di IMIT - impongono alle imprese strategie di internazionalizzazione innovative, che si basino anche su strumenti di digital export. In questo IMIT con i suoi oltre 150 manager associati è il riferimento ideale per le aziende che intendono incrementare la loro performance in export".

Assopetroli-Assoenergia Milano
Luca Redaelli riconfermato presidente

Luca Redaelli, confermato presidente di Assopetroli-Assoenergia Milano

Alle vicepresidenze Marco Tondino e Lidia Vincenzi. Gli altri componenti del Comitato Esecutivo e i membri del Collegio dei Revisori dei conti e dei Probi Viri

Conferma di Luca Redaelli alla presidenza di Assopetroli-Assoenergia Milano. L'Assemblea, svoltasi a Palazzo Castiglioni in Confcommercio Milano, ha rinnovato le cariche sociali dell'Associazione per il periodo 2023-2027. Vicepresidenti: Marco Tondino e Lidia Vincenzi. Completano il Comitato Esecutivo di Assopetroli-Assoenergia Milano: Carlo Aloi; Giorgio Ferraris; Marco Natale; Roberto Poletti; Gianni Rettagliata; Mario Vincenzi; Maria Rosa Carenini; Alberta Gervasio; Alessandro Mattioli; Antonio Sterlacci.
Eletti anche i componenti del Collegio dei Revisori dei conti e dei Probi Viri. Revisori dei conti: Marco Zuffada (Revisore Ufficiale); Riccardo Razzari; Antonio Sterlacci. Probi Viri: Franco Ferrari Aggradi; Ernesto Moro; Luca Razzari.

"Going Green: l'onda che investe le aziende e cambia i paradigmi"

Assofermet
Convegno autunnale a Roma il 5 e 6 ottobre

In occasione del 75° anniversario (1948-2023) si svolgerà a Roma il 5 e 6 ottobre il convegno autunnale di Assofermet, l'Associazione nazionale degli imprenditori del commercio e della prelavorazione nei settori ferro e acciai, metalli non ferrosi, rottami ferrosi, ferramenta e affini (Assofermet è articolata in quattro sindacati nazionali: Assofermet Acciai, Assofermet Rottami, Assofermet Metalli, Assofermet Ferramenta). L'evento Assofermet di Roma (aziende sponsor: Brumola, FT Mercati, Parfer Sm, Radchem) si articola in due momenti. Anteprima il 5 ottobre con una cena conviviale riservata agli associati (e ad alcuni ospiti) al Rome Cavalieri Waldorf Astoria Hotel, Terrazza degli Aranci.
Il 6 ottobre avvio dei lavori nella sala Orlando di Confcommercio (piazza G.G. Belli 2) con "Going Green: l'onda che investe le aziende e cambia i paradigmi". Apertura con il presidente di Assofermet Riccardo Benso e i saluti istituzionali del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. Previsti poi: l'intervento a cura di Gianclaudio Torlizzi (Managing Director T Commodity); la tavola rotonda moderata da Francesca Morandi (Content Manager Siderweb) alla quale partecipano Fabrizio Maronta (Responsabile Relazioni Internazionali Limes); Davide Tabarelli (Presidente NE – Nomisma Energia); Enrico Fornelli e Giovan Battista Landra (rispettivamente Group Chief Commercial Office e Group EHS and Sustainability Director di AFV Beltrame Group); Roberta Maroni (Sales & Marketing El South Europe di Hydro Aluminium – Primary Metal).
Seguiranno successivamente interventi dalla platea e la chiusura dei lavori a cura del presidente di Assofermet Benso.

Riccardo Benso, presidente Assofermet

Le aziende interessate a partecipare all'evento di Assofermet a Roma il 5 e 6 ottobre contattino l'Associazione per tutte le informazioni: 0276008824-07 *assofermet@assofermet.it*

Confcommercio Alta Brianza Ermanno Gatti riconfermato presidente

Ermanno Gatti (al centro), riconfermato presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio dell'Alta Brianza con i vicepresidenti dell'Associazione: Roberto De Santis (vicario) e Maura Isimbaldi

Ermanno Gatti (Albiate) è stato riconfermato presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio dell'Alta Brianza. Vicepresidente vicario: Roberto De Santis (Cusano Milanino), vicepresidente Maura Isimbaldi (Carate Brianza). Alle nomine ha provveduto il nuovo Consiglio direttivo dell'Associazione *(vedi box)*, eletto dall'Assemblea generale svoltasi nella sede di Desio dell'Associazione territoriale. I lavori assembleari si sono svolti con la presenza del vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo e del segretario generale Marco Barbieri. E' stato ricordato con commozione il presidente Enrico Origgi scomparso due anni fa.

L'Assemblea generale svoltasi nella sede di Desio

Il nuovo Consiglio direttivo dell'Associazione territoriale Confcommercio Alta Brianza

- Ermanno Gatti, Albiate *(presidente)*
- Roberto De Santis, Cusano Milanino *(vicepresidente vicario)*
- Maura Isimbaldi, Carate Brianza *(vicepresidente)*
- Carlo Aliprandi, Desio
- Vittoria Caiani, Bresso
- Dario Carcano, Paderno Dugnano
- Luca Caslini, Carate Brianza
- Angelo Cavazzana, Paderno Dugnano
- Andrea Colzani, Seregno
- Carmelina Fiorino, Desio
- Maurizio Lissoni, Seregno
- Edoardo Pietro Manzotti, Desio
- Paolo Marchesi, Nova Milanese
- Carlo Ratti, Seregno

La riunione del Consiglio direttivo dell'Associazione

Vicepresidente vicario: Roberto De Santis, vicepresidente Maura Isimbaldi. Il nuovo Consiglio direttivo eletto dall'Assemblea

Monza e Brianza Il progetto "Pastosano&Quotidiano"

Il progetto "Pastosano&Quotidiano" è un'iniziativa che coinvolge ATS Brianza e le Associazioni territoriali Confcommercio di Monza e Brianza con lo scopo di creare una rete di ristoratori che offrano una cucina sana e piatti salutari, permettendogli di entrare in una rete di locali che promuovono salute, geolocalizzati sul sito di ATS Brianza e sui principali canali social.

Le imprese interessate devono rivolgersi alle Associazioni territoriali Confcommercio dell'Alta Brianza, di Monza e Circondario, di Seveso, di Vimercate.

L'iniziativa promossa dalla Confcommercio territoriale monzese con il quotidiano "Il Giorno"

Il Saint, vincitore a Monza del contest "Al bar come a casa tua"

A Monza sono stati proclamati i vincitori del contest "Al bar come a casa tua", l'iniziativa di promozione dei pubblici esercizi durata quasi tre mesi che ha visto la collaborazione dell'Associazione territoriale Confcommercio di Monza con il quotidiano "Il Giorno". Ha vinto il Saint, il ristorante e caffetteria che ha ricevuto la targa ricordo da parte del vicedirettore del Giorno Armando Stella. Hanno partecipato alla premiazione anche il condirettore QN Piero Fachin, il sindaco di Monza Paolo Pilotto, l'assessore comunale al Marketing territoriale Carlo Abbà, la vicepresidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Monza Carla Pini con il segretario Alessandro Fede Pellone.

IL GIORNO
Monza Brianza

"Al bar come a casa tua"
I lettori incoronano il Saint

Ieri in piazza Trento i riconoscimenti del Giorno e di Confcommercio a vincitori e partecipanti

Il Saint ha vinto il gioco con 5.907 voti ottenuti dai coupon ritagliati dai lettori nelle pagine de "Il Giorno". Al posto d'onore si è piazzato il bar Qualunquemente. Terzo posto per il bar Biassoni di Vedano al Lambro.

Monza: i vincitori del contest "Al bar come a casa tua"

A seguire: Caffè della Posta (Monza); Tik & Tak (Monza); Pasnù (Lissone); Il Giardino del tempo (Villasanta); La bottega di Ale (Monza); Ultima spiaggia (Villasanta); Bar l'angolo (Lissone); The King Coffee (Macherio); Il forno dei Colombo (Monza); Green Bar (Muggiò); Bar del Centro (Monza); Astor Bar (Monza); Il Caffè della Piazza (Monza). Fuori concorso ha raccolto 688 punti il Bar Giuan di Usmate Velate. (SM)

Il secondo classificato: bar Qualunquemente

Monza, in occasione di MiMo riconoscimento alle imprese storiche cittadine

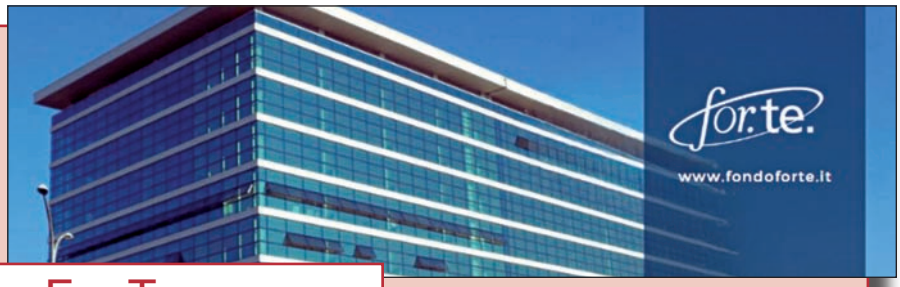
A Monza, in occasione della terza edizione di MiMo (Milano Monza Open-Air Motor Show) l'evento motoristico internazionale, grande successo ha riscosso la prima edizione del Fuori MiMo, promosso dai commercianti via Bergamo con il patrocinio comune di Confcommercio Monza, MiMo e Autodromo. E in occasione delle giornate di MiMo, in piazza Trento e Trieste, 23 attività commerciali storiche di Monza certificate da Regione Lombardia, hanno ricevuto un riconoscimento: iniziativa che Confcommercio Monza e Amministrazione Comunale monzese hanno voluto sostenere per dare un segno di vivo apprezzamento alle attività storiche cittadine.

Domande fino al 4 agosto

Da EBiTer Milano contributo 2023 a sostegno della genitorialità

Domande fino al 4 agosto per il contributo a sostegno della genitorialità erogato da EBiTer Milano, l'Ente Bilaterale territoriale del terziario, a favore dei lavoratori, a tempo determinato, indeterminato e apprendisti, che svolgono la propria attività lavorativa a Milano città metropolitana, Monza e Brianza, presso datori di lavoro in regola con il versamento delle quote contributive a EBiTer da almeno 12 mesi all'atto della presentazione della domanda e che applicano integralmente il Ccnl Terziario. Il contributo di quest'anno è di 250 euro: spetta ad un solo genitore per ogni figlio naturale e/o adottivo, a carico del richiedente, di età compresa tra gli 11 e i 19 anni. (AL)

La domanda va inviata a mezzo raccomandata a/r indirizzata a EBiTer Milano, corso Buenos Aires 77, 20124 Milano, specificando sulla busta "Genitorialità"; oppure tramite procedura web seguendo le indicazioni contenute nella mail ricevuta al termine della compilazione del form on line: *https://www.ebitermilano.it/servizi/contributo-genitorialita-2023*.



Fondo For.Te. Bilancio 2022 positivo e attività in crescita

Bilancio 2022 per il Fondo For.Te., il Fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua del terziario. Con più di 133mila aziende aderenti e oltre 1.400.000 lavoratori, For.Te. si colloca ai primi posti tra i Fondi interprofessionali per la formazione continua. I dati riferiti ai versamenti delle aziende a favore di For.Te evidenziano l'ampio recupero della contrazione rilevata nel 2020 sul 2019 (pari al -13,48%) per effetto della pandemia Covid-19. I dati attestano una crescita del +21,40% rispetto al 2020 e del 10,29% rispetto all'esercizio 2021. Un risultato economico importante che deriva dall'aumento delle aziende che hanno scelto di aderire a For.Te. (+ 2,2% sul 2021 e + 4,2% sul 2020). Trend più che positivo del numero complessivo dei dipendenti delle aziende nel 2022, con + 5% sul 2021 e + 14,7% sul 2020.

Nel corso del 2022, sono stati destinati quasi 100 milioni di euro per il finanziamento di "Avvisi" rivolti a tutte le aziende aderenti, ai quali si sono aggiunti l'Avviso dedicato alla seconda edizione del Fondo Nuove Competenze e quello finalizzato alle Politiche Attive, per l'inserimento di disoccupati e inoccupati nel mondo del lavoro.

Il Fondo ha inoltre inaugurato la nuova sede a Roma. (FG)

Unione informa

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

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

Scopri le soluzioni di **welfare aziendale** e ottieni importanti **vantaggi previdenziali e fiscali** per la tua **attività**.

Lo **Sportello Welfare Gratuito** di Confcommercio Milano offre **supporto personalizzato** sulle normative e sulle opportunità per ogni tipologia di attività, presentando le diverse possibilità di **benefit** da mettere a disposizione dei **dipendenti**.

Scarica il White Paper
e scopri come il **welfare aziendale** può portare **benefici** sia alla tua azienda che ai tuoi dipendenti

Prenota una consulenza
individuale per **creare un piano personalizzato** per la tua azienda e scopri come ottenere importanti **vantaggi previdenziali e fiscali**

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

Scopri come ottenere la **Certificazione** per la **Parità di Genere**

Una scelta giusta per **vantaggi concreti**.

L'impegno per la **parità di genere** non è solo un **valore fondamentale** per la **società**, ma rappresenta anche un **vantaggio economico** per le **imprese**.

Confcommercio Milano in collaborazione con **un Partner specializzato** offre **consulenza personalizzata** per ottenere la **certificazione** di **parità di genere** rilasciata da **Uniter**.

La certificazione attesta l'applicazione di misure per **ridurre il divario** di genere in azienda e permette di accedere a **sgravi contributivi previdenziali** fino a 50mila euro annui.

Le **imprese certificate** possono ottenere **vantaggi competitivi** come:

- **facilitazioni** nell'accesso a **bandi** di finanziamento e **gare** pubbliche
- maggiore **reputazione** sul mercato.

Prenota un appuntamento presso il nostro **Sportello Parità di Genere**.