



PEC: EVITARE SANZIONI

Obbligo di comunicazione dell'indirizzo Pec dell'impresa alla Camera di Commercio

L'IMPATTO DEL DELIVERY

L'indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza presentata con Glovo nella nuova sede milanese della società



L'ASSEMBLEA DI CONFCOMMERCIO

Sangalli:
se non riparte
il terziario
non riparte l'Italia

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



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione

ti offre un servizio di amministrazione del personale garantendoti:

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

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

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

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


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

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



250 caratteri di confcommercio



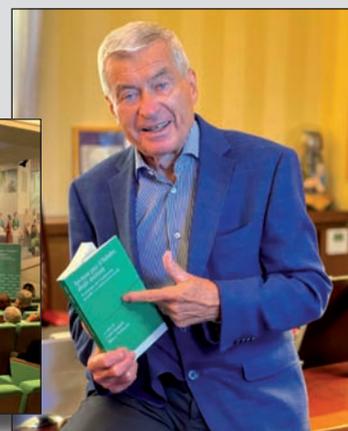
Carlo Sangalli - Presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

“Se la missione di 50più è quella di favorire l'active aging, l'invecchiamento attivo, la visione che dobbiamo promuovere è proprio questa: la silver generation, e l'economia che muove, è risorsa vitale del Paese, a disposizione del Paese”.



SILVER ECONOMY: L'UTILIZZO CONSAPEVOLE DELLA TECNOLOGIA. A MILANO IL ROAD SHOW 50&PIU' SUL LIBRO IN COLLABORAZIONE CON FONDAZIONE LEONARDO - “In Confcommercio Milano tappa del road show avviato da 50&Più per presentare il volume “Ipotesi per il futuro degli anziani. Tecnologie per l'autonomia, la salute e le connessioni sociali” (il Mulino). Frutto della collaborazione tra 50&Più e Fondazione Leonardo, il volume - a cura di Carlo Sangalli, presidente Confcommercio e 50&Più nazionale e di Milano, e Marco Trabucchi, presidente dell'Associazione Italiana di Psicogeriatria e di Fondazione Leonardo (entrambi presenti all'iniziativa) - vede come motore del dibattito il rapporto che intercorre tra i senior e la tecnologia. “Tecnologia e terza età – rileva Sangalli - non sono mondi distinti. Anzi, sono due mondi complementari che possono creare innovazione e crescita sociale con vantaggi reciproci anche perché nella Silver Economy le vie di applicazione della tecnologia sono ‘infinite’. Come emerge da questo volume, l'anziano è una risorsa importante per l'economia e lo sarà sempre di più, soprattutto se dotato degli strumenti e delle possibilità per contribuire”.

La Silver Economy si stima valga tra il 20 e il 30% del Pil del nostro Paese, alimenti il mercato dove operano circa 5 milioni di lavoratori, e consenta ogni anno la creazione di moltissime nuove start-up destinate ai servizi per la fascia della popolazione anziana. “Per mettere a valore la Silver Economy – prosegue Sangalli - ci sono due strade principali che proprio il nostro libro racconta. Da una parte, l'utilizzo consapevole della tecnologia e dei mezzi di comunicazione. E, dall'altra, ci sono le organizzazioni di rappresentanza come le nostre, che danno voce e direzione a questo mondo”.



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

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



Incontro tra il presidente di Confcommercio Sangalli e il presidente del Consiglio Draghi



Il presidente del Consiglio Mario Draghi

attraverso un Recovery Fund energetico e la fissazione di un tetto al prezzo del gas. Sul versante più generale della transizione energetica, il presidente Sangalli ha inoltre sottolineato l'esigenza di un riesame di alcune proposte recate dal pacchetto "Fit for 55" e dalla comuni-

Delegazione Confcommercio a Palazzo Chigi con l'incontro fra il presidente del Consiglio Mario Draghi e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli.

L'evoluzione del difficile scenario internazionale e le prospettive economiche dell'Italia alla luce del protrarsi del conflitto in Ucraina e dell'impatto dell'inflazione e del caro energia su famiglie e imprese sono stati i temi al centro dell'incontro. Sangalli ha evidenziato al presidente del Consiglio la necessità di riproporre (come è avvenuto, vedi pagina 7 n.d.r.) le misure urgenti di contrasto del caro energia già varate con precedenti provvedimenti, nonché di una risposta europea

cazione "REPowerEU" per una piena conciliazione – a partire dal settore dei trasporti - tra gli obiettivi di sostenibilità ambientale e quelli di sostenibilità economica e sociale.

Il presidente Sangalli ha, infine, richiamato l'importanza di un patto per rilanciare la produttività complessiva del sistema Paese e rafforzare il suo potenziale di crescita. Un impegno che deve passare anche dalla costruzione di robuste politiche attive, dalla valorizzazione dei contratti collettivi nazionali e dei loro strumenti di welfare contrattuale, dalla riduzione del cuneo fiscale e contributivo sul costo del lavoro e da misure per detassare gli aumenti contrattuali.

Inflazione

A maggio i dati Istat indicano un aumento dello 0,9% su base mensile e del 6,9% su base annua. L'inflazione torna ad accelerare salendo a un livello che non si registrava da marzo 1986 (+7%). L'accelerazione dell'inflazione su base annua, dopo il rallentamento di aprile, si deve ai prezzi di diverse tipologie di prodotto: dei beni energetici (la cui crescita passa da +39,5% di aprile a +42,2%), dei beni alimentari (da +6,1% a +7,1%), dei servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona (da +2,4% a +4,4%) e dei servizi relativi ai trasporti (da +5,1% a +6%). Su base annua accelerano sia i

prezzi dei beni (da +8,7% a +9,7%) sia quelli dei servizi (da +2,1% a +3,1%).



INDICATORI ECONOMICI

Vendite al dettaglio

Dopo il calo di marzo (-0,5% in valore e -0,6% in volume sul mese precedente), ad aprile le vendite al dettaglio sono risultate stazionarie in valore e in discesa dello 0,4% in volume. Ad appesantire il risultato è stato l'andamento delle vendite dei beni non alimentari (-0,6% in valore e -0,8% in volume) mentre è migliore il trend dei beni alimentari (rispettivamente +0,7% e +0,2%).



Pil

Il Prodotto interno lordo del primo trimestre 2022 ha fatto registrare una crescita dello 0,1% su base mensile e del 6,2% su base annua rispetto al -0,2% e +5,8% del preliminare Istat.

Lavoro

A maggio calo del numero di occupati e disoccupati rispetto al mese precedente e aumento degli inattivi (il tasso di inattività sale al 34,8%: +0,2 punti) L'occupazione diminuisce per entrambi i sessi (-0,2% pari a -49mila) ed in particolare per i dipendenti fissi (-96mila) e le persone di età compresa tra i 25 e i 49 anni. Aumenta, invece, per gli autonomi, i dipendenti a termine, gli under 25 e gli ultracinquantenni.



Commercio estero

A marzo crescita congiunturale sia per le esportazioni (+1,7%) sia per le importazioni (+1,3%), con il saldo commerciale in disavanzo per 84 milioni di euro.



L'assemblea di Confcommercio Sangalli: se non riparte il terziario non riparte l'Italia

“Solo qualche mese fa sembrava impossibile immaginare di dover utilizzare la parola guerra all'inizio di una relazione assembleare. Il virus della guerra non è debellato definitivamente dal continente europeo. Il vaccino contro la guerra esiste. Lo troviamo nei valori occidentali ed europei, nel multilateralismo tenace e nel coordinamento paziente tra stati liberi e democratici”. Così il presidente Carlo Sangalli nel suo intervento alla trentaseiesima assemblea generale di Confcommercio svoltasi a Roma all'Auditorium della Conciliazione con l'intervento in collegamento del Ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti. L'assemblea è stata aperta dal messaggio



del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella: “Le piccole e medie imprese svolgono un ruolo prezioso anche sul terreno della coesione sociale. Centrale, per un'economia competitiva, rimane il

successo del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza: serve un impegno diffuso e coeso da parte di tutte le forze economiche e sociali”. Nella sua relazione - https://www.confcommerciomilano.it/export/sites/unione/doc/news_comunicati/pdf/2022_Relazione-Sangalli_Assemblea-2022.pdf - Sangalli ha toccato diversi temi: terziario e ripresa economica (“se non riparte il terziario non riparte l'Italia”), crisi energetica (il tema del caro energia è ripreso in

queste pagine), lavoro, contrattazione e welfare, turismo, cultura.

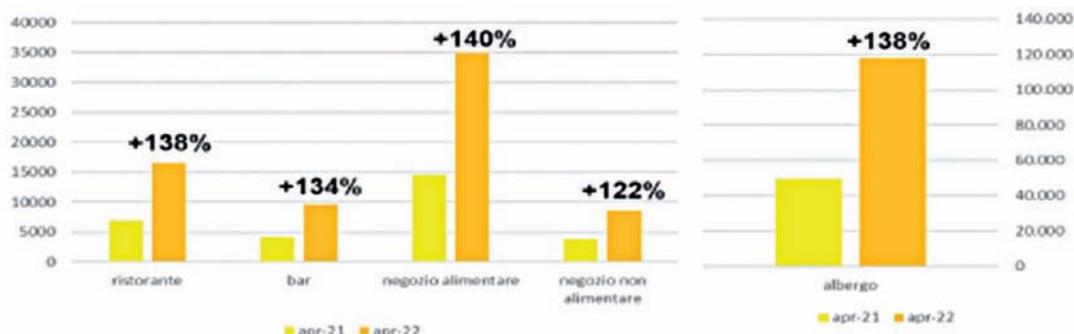


L'indagine dell'Osservatorio Confcommercio Energia e Nomisma Energia

Costo energia fuori controllo per le imprese del terziario

“Le imprese del terziario stanno ripartendo, i segnali sono incoraggianti, soprattutto per la stagione estiva, ma l'incogni- ▶

Variazione percentuale della spesa annua di energia elettrica (previsioni aprile 2021/aprile 2022) per tipologia di esercizio commerciale



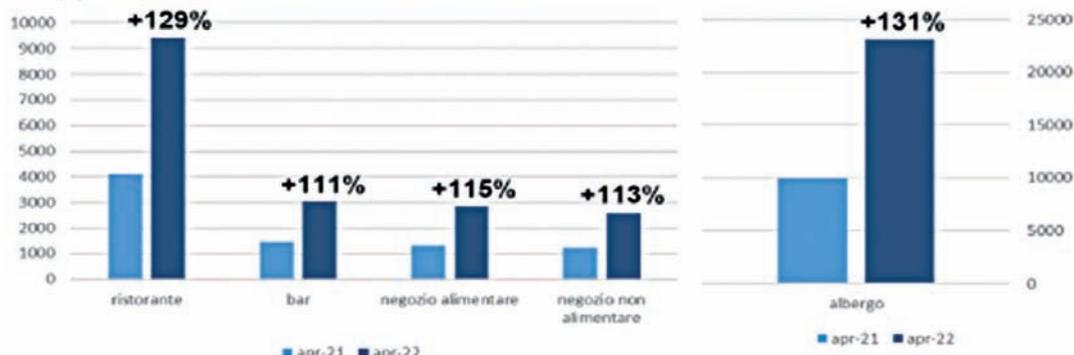
Fonte: elaborazioni Confcommercio e NE

La spesa per l'elettricità

Ad aprile 2022, rispetto alle rilevazioni dello scorso gennaio, l'incremento del costo delle forniture di energia elettrica oscilla tra il 50% fino ad oltre l'80%. I dati del primo trimestre 2022 (31 gennaio/30 aprile) testimoniano che la spesa annua per il 2022 in elettricità per un albergo tipo può arrivare fino a circa 137.000 €, con un incremento del 76%, per un ristorante fino ad oltre 18.000 € (+57%), mentre per un negozio alimentare passerà da 23.000 € a 40.000 € (circa il 70% in più), per un bar il conto annuale aumenta del 54%, mentre per i negozi non alimentari il rincaro può arrivare addirittura all'87%. Nel complesso, i comparti del terziario nel 2022 soffriranno un aggravio di spesa più che doppio, passando da 11 miliardi di euro di spesa nel 2021 a 27 miliardi di euro.

ta guerra e la crescita inarrestabile della spesa energetica frenano la ripresa. Il Governo deve intervenire per ridurre ancora di più e in modo strutturale i costi dell'energia. Le imprese non possono più sostenere questo peso". Così il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli sulla crescita del prezzo dell'energia per le imprese del terziario testimoniato dell'analisi trimestrale

Variazione percentuale della spesa annua di gas (previsioni aprile 2021/aprile 2022) per tipologia di esercizio commerciale



Fonte: elaborazioni Confcommercio e NE

La spesa per il gas

Tra il 31 gennaio ed il 30 aprile 2022, la spesa annuale di gas per tutti i comparti del terziario presi a riferimento è aumentata, arrivando a toccare, in alcuni casi, incrementi pari al 34%. Di particolare rilievo l'incremento registrato per gli alberghi (+6.000 € rispetto alle previsioni di gennaio 2022) e altrettanto importante l'aumento del conto annuale del gas nel settore della ristorazione, passato dai circa 8.000 € delle previsioni di gennaio ai 10.000 € stimati di aprile (+2.000 € di differenza nel giro di pochi mesi). Un +5% si registra invece per i bar, mentre per i negozi - di generi alimentari e non - il "delta" tra le previsioni di inizio anno e aprile è del 31%.

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: dal Governo interventi strutturali

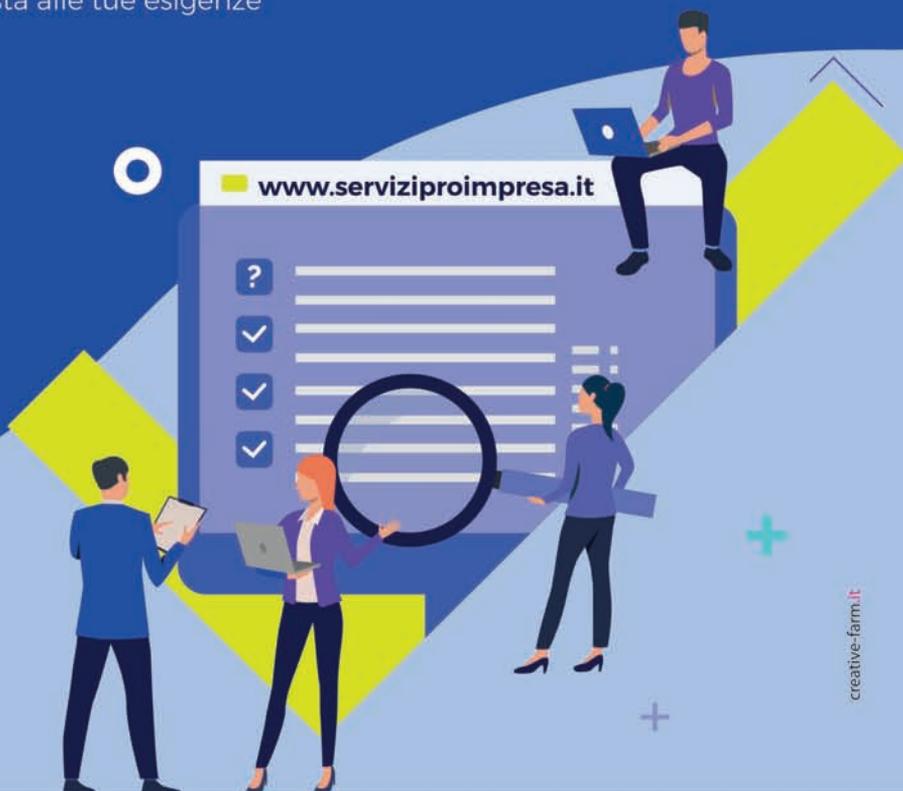
condotta dall'Osservatorio Confcommercio Energia in collaborazione con Nomisma Energia.

Tra gennaio e aprile 2022, infatti, il prezzo delle offerte elettriche è salito mediamente del 61%, mentre il prezzo delle offerte gas è aumentato del 21%. Su base annua, tra aprile 2021 e aprile 2022, gli aumenti della spesa annuale di elettricità e gas per il terziario sono ancora maggiori raggiungendo una "forchetta" che va da +110% a +140%. Nel 2022

la spesa in carburante per gli autotrasportatori si dovrebbe collocare sui 37 miliardi di euro, 7 in più rispetto ai 30 miliardi di euro del 2021. (FG)

Con **Servizi PRO Impresa** ti bastano pochi click per cercare i servizi di tuo interesse con **sconti riservati**

Su www.servizioproimpresa.it puoi trovare aziende selezionate a cui chiedere rapidamente informazioni e preventivi su servizi professionali di tuo interesse a tariffe agevolate. Puoi effettuare una ricerca libera per parola chiave o selezionare uno dei servizi proposti dai nostri associati: marketing, comunicazione ed eventi, consulenza aziendale, risorse umane, servizi finanziari e assicurativi e altri ancora. Cogli l'opportunità di trovare fornitori affidabili a condizioni riservate ai soci Confcommercio Milano. Trova la risposta alle tue esigenze su www.servizioproimpresa.it



Governo, prorogati gli sconti su energia e carburanti

Il Consiglio dei ministri ha approvato un nuovo decreto legge sull'energia che proroga al terzo trimestre di quest'anno le previsioni del decreto Aiuti di maggio. Vengono stanziati oltre 2 miliardi per azzerare gli oneri di sistema sulle bollette elettriche. Per le bollette del gas, sono previsti 481 milioni per tagliare l'Iva, 470 per azzerare gli oneri di sistema e 240 per gli scaglioni fino a 5.000 metri cubi all'anno. Il nuovo decreto proroga fino al 31 marzo 2023 (dal primo luglio di quest'anno) la tassazione sugli extraprofitto delle società energetiche che importano gas. Fino al 31 dicembre viene estesa alle imprese dello stoccaggio la garanzia finanziaria Sace (la società pubblica per l'assicurazione del credito), già prevista dal di Aiuti per le aziende dan-



neggiate dalla guerra in Ucraina e dalle sanzioni contro la Russia (ogni giorno secondo Snam si stoccano sui 28 milioni di metri cubi di gas, e l'offerta di gas rimane superiore di 20 milioni di metri cubi alla domanda). Prorogato anche fino al 2 agosto lo sconto sui carburanti: 30 centesimi al litro per benzina, diesel, gpl e metano per autotrazione.



Grazie al "Fondo pratiche sostenibili" istituito presso il Ministero del Turismo, informa Confcommercio, le imprese del settore turistico e alberghiero, possono ottenere un rimborso parziale delle spese sostenute per l'acquisto di set realizzati con materiali biodegradabili e compostabili.

Alberghi e altre attività turistiche: rimborso parziale per set di cortesia ecologici Domande fino al 31 ottobre

L'agevolazione è pari a 500 euro ogni 5mila euro di spesa, che non potrà comunque essere inferiore a 5mila euro. Le spese ammissibili devono essere sostenute dal 23 febbraio 2022 fino alla data di esaurimento delle risorse disponibili. Le domande possono essere inviate alla casella di posta elettronica certificata pratichesostenibili@pec.ministeroturismo.gov.it fino alle ore 12 del 31 ottobre. (SM)

Incentivi: il portale del MISE

Un motore di ricerca che raccoglie tutti gli incentivi e le agevolazioni del Governo, compresi quelli previsti dal PNRR.

Percorsi guidano gli utenti nella scelta dell'incentivo: come profilo (per aspiranti imprenditori, imprese e professionisti, enti o cittadini); parola chiave; categoria di interesse (ad

Dall'inizio di giugno è online la piattaforma digitale del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE): <https://www.incentivi.gov.it/it>

esempio innovazione, digitalizzazione, start up). Ogni agevolazione è completa di una scheda informativa con le regole su come richiedere il contributo, le date di chiusura e di apertura del bando, la tipologia di attività che può accedere all'incentivo, i costi ammessi e tutta la modulistica necessaria per l'invio della domanda.

Digitalizza la tua azienda con il supporto del nostro sportello SPIN

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

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





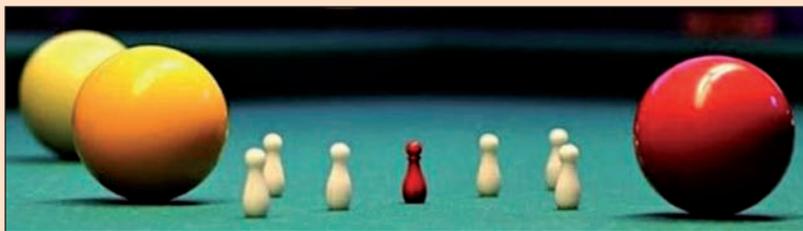
Mancata accettazione dei pagamenti elettronici Ora sono in vigore le sanzioni

Dal 30 giugno sono scattate le sanzioni per la mancata accettazione dei pagamenti elettronici. Il decreto sull'attuazione del PNRR ha anticipato di 6 mesi le sanzioni per chi non accetta il pagamento tramite Pos (anticipando così la data dell'obbligo dal 1° gennaio 2023 al 30 giugno 2022).

Chiunque effettua attività di vendita di prodotti e di prestazioni di servizi, anche professionali, deve dotarsi del Pos. La sanzione prevista per chi non accetta i pagamenti elettronici è composta da una parte fissa di 30 euro per ciascuna transazione non effettuata tramite Pos e di una quota variabile pari al 4% del valore della transazione. Non è prevista l'oblazione amministrativa: non si potrà pagare in forma ridotta entro 60 giorni. (AL)

PUBBLICI ESERCIZI: PROROGA -

Riaperto fino al 31 luglio (lo ha comunicato l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli) il sistema per la presentazione telematica, da parte dei pubblici esercizi, delle richieste di nulla-osta per la messa in esercizio degli apparecchi da gioco senza vincite in denaro.



Turismo e attrattività, le chance di Monza e Brianza

Il punto

Milano è sempre più vincente nell'attività turistica, tanto da competere con Firenze per la terza posizione, dopo Roma e Venezia. Flussi così elevati di stranieri per scoprire la città dovrebbero spingere le confinanti province ad aumentare la loro capacità attrattiva a cominciare da Monza, capitale della Brianza, territorio di grande fascino paesaggistico, già oggi in grado, grazie alla sua posizione di regina indiscussa del design industriale e artigianale dell'arredo e dei suoi luminosi accessori, di diventarlo anche del turismo di qualità. Operazione che garantirebbe un ulteriore incremento del già elevato livello di reddito procapite e del conseguente potere di acquisto. Il Salone del Mobile e gli eventi del design hanno un effetto traino invogliando a recarsi nei territori di produzione per scoprire i segreti del successo delle imprese brianzole dell'arredo. Servirebbe però una spinta, per accelerare il percorso attrattivo, aumentando gli investimenti nel ricettivo alberghiero di eccellenza e nella mobilità e trasporti, in modo da migliorare i collegamenti con Milano, ma anche con Bergamo, città che, a sua volta, ha già raggiunto una forte capacità attrattiva turistica proveniente da ogni parte dell'Europa, grazie anche ad

un aeroporto particolarmente incline a viaggi turistici, per i quali è organizzato a livelli eccellenti. Oltre al ricettivo, sarebbe necessario incentivare l'offerta artistico-museale, sia con collezioni permanenti, che itineranti, ma tutte di elevato standing. A spingere verso una vocazione turistica ci pensa da molti decenni l'Autodromo di Monza, grazie al suo Gran Premio, tra i più ambiti a livello mondiale, e alla fama mondiale del circuito, che è parte integrante dell'evoluzione della storia dell'auto italiana. Importante è che la Regione e i Comuni brianzoli (e lecchesi) investano nella promozione turistica e nella modernizzazione strutturale anche destinando risorse finanziarie a fondo perduto o a tasso particolarmente agevolato. In modo da sollecitare l'interesse degli operatori del ricettivo e delle attività espositive museali.



Bruno Villosi

Bruno Villosi

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

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



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

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

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

Contattaci nel modo che preferisci.

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


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

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

Obbligo di comunicazione dell'indirizzo Pec dell'impresa alla Camera di Commercio

Ricordiamo che le imprese hanno l'obbligo di comunicare il proprio indirizzo Pec alla Camera di Commercio affinché venga pubblicato nel Registro Imprese. Era già stato fissato al 1° ottobre 2020 il termine entro il quale comunicare alla Camera di Commercio l'indirizzo Pec, ma la scadenza è stata di fatto accantonata dal grave periodo di difficoltà generato dall'emergenza Covid. Ora bisogna assolvere all'adempimento: la mancata comunicazione della Pec comporta sanzioni, oltre a vedersi assegnata una Pec d'ufficio dalla quale non si potrà rispondere alle comunicazioni e che comunque dovrà essere presidiata.



Si prevede che il rilascio d'ufficio dei domicili digitali venga avviato tra la fine d'agosto e l'inizio di settembre. E' importante, quindi, comunicare il più presto possibile il proprio indirizzo Pec inviando al Registro Imprese una Comunicazione Unica (gratuita) a questo link: <https://ipecc-registroimprese.infocamere.it/ipecc/do/Welcome.action>

Sul sito della Camera di Commercio sono disponibili tutte le informazioni aggiornate: <https://www.milomb.camcom.it/attribuzione-d-ufficio-domicilio-digitale-e-sanzione>

Per informazioni

Contact Center Camera di Commercio
800226372
o contact@mi.camcom.it

Cosa succede in caso di inadempimento

Il domicilio digitale viene assegnato d'ufficio e sarà attivo presso il cassetto digitale dell'impresa, valido solo per ricevere comunicazioni e notifiche da parte della Pubblica amministrazione. Le imprese che si vedranno assegnare un domicilio digi-

tale d'ufficio saranno contestualmente raggiunte da una sanzione amministrativa: circa 60 euro per le imprese individuali e circa 412 euro per il legale rappresentante delle società.

Un recente webinar, aperto a tutti, ha approfondito le opportunità dell'accordo di collaborazione tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Nexi, la PayTech Europea, e BigCommerce - piattaforma di e-commerce B2B e B2C, quotata al Nasdaq, che offre servizi a tutte le imprese di ogni dimensione e in ogni fase di crescita (vedi *Unioneinforma di maggio a pagina 12 n.d.r.*). Opportunità che qui ricordiamo in sintesi. Per le imprese associate vi è infatti la possibilità di espandere il proprio business utilizzando innovative vetrine di e-commerce e pagamenti digitali agevolati. I vantaggi economici dell'offerta riservata ai soci sono competitivi: 3 mesi gratuiti di utilizzo della piattaforma BigCommerce; canone mensile gratuito di XPay (anziché 24,90/mese); commissioni dell'1,4% + 0,15€ a transazione (anziché 1,9% + 0,24€). Inoltre, il supporto di SPIN, lo Sportello Innovazione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

E-commerce e pagamenti digitali agevolati Le ottime opportunità per i soci con l'accordo tra Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza e Nexi



Registrarsi a questo link per essere contattati
Richiesta contatto per offerta Nexi e BigCommerce (confcommerciomilano.it)
https://www.confcommerciomilano.it/impresa_persona/convenzioni/partner/nexi/index.html

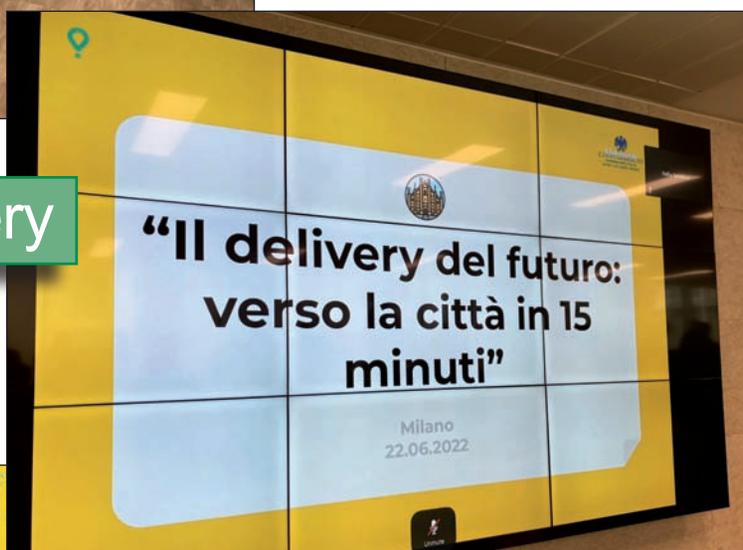


L'indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza presentata con Glovo nella nuova sede milanese della società

gnolo, è oggi una delle più importanti al mondo presente in 25 Paesi e 1.300 città, con 3.500 dipendenti e oltre 15 milioni di utenti attivi.

L'impatto del delivery

Cresce il numero di consumatori che si affidano al delivery, non solo in ambito food, ma sempre più spesso anche al cosiddetto "quick commerce" per ricevere spedizioni express:



All'evento, nel corso del quale sono stati illustrati i dati dell'indagine sull'impatto del delivery realizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (dati elaborati dall'Ufficio studi), hanno partecipato l'assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello; Elisa Pagliarani, general mana-

dall'acqua, al caricabatterie, dai prodotti beauty&care ai pannolini a domicilio, dai fiori per le ricorrenze, ai regali last minute. Di food delivery e quick commerce si è discusso nell'incontro "Il delivery del futuro: verso la Città in 15 minuti" organizzato nella nuova sede milanese da Glovo, la più grande app di consegne a domicilio multi-categoria in Italia: la società, secondo unicorno spa-



Mercato: i dati Glovo

L'online food delivery in Italia è un mercato in espansione che ha generato oltre 1,4 miliardi di euro di business per il settore ristorazione nel 2021 e si stima possa superare quest'anno i 2,2 miliardi di euro. Con la pandemia, il business del delivery ha registrato una forte accelerazione, ma non si tratta di un fenomeno temporaneo. Il settore è infatti cresciuto negli ultimi anni del 55% circa all'anno: dai 592 milioni di euro del 2019 ai 917 milioni di euro del 2020 ad 1,4 miliardi di euro nel 2021. Con il delivery gli utenti hanno trovato una risposta ad una

domanda di acquisti digitali anche per il commercio di prossimità, mentre gli operatori commerciali hanno potuto intercettare una nuova clientela e digitalizzare la propria offerta. Il settore del delivery, dove operano le piattaforme che offrono prevalentemente servizi di consegna di



ger di Glovo Italia e Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

All'incontro sono inoltre intervenuti, per portare la propria

cibo pronto da bar e ristoranti, si sta espandendo progressivamente dal settore alimentare e della gdo a quello del commercio al dettaglio non alimentare. Secondo l'osservatorio di Glovo, nell'ultimo anno in Italia gli ordini sono cresciuti del 74% nel food delivery e del 200% nel segmento spesa. A confermare il trend, sono gli obiettivi del gruppo spagnolo, che punta a triplicare entro la fine del 2022 il valore di transazioni del quick commerce a livello mondiale, superando 1 miliardo di euro dagli attuali 300 milioni.



testimonianza nel delivery in una successiva tavola rotonda: Andrea Valota, general manager e deputy ceo La Piedadineria; Dario D'Ingeo, global retail supervisor Kiko Milano; Sara Colombo, head of e-commerce, Iper La Grande I e Davide Franzetti, country sales director Italy Coca Cola Hellenic Bottling Company.



Il 35% di intervistati dichiara che il fatturato è notevolmente influenzato dall'utilizzo del delivery (**dal 20% in su**) e per il **4% il delivery incide per oltre il 50%** del fatturato.

▶▶▶ segue a pag. 14 ▶▶▶

▶▶▶ segue da pag. 13 ▶▶▶

Consegne a domicilio, boom in città

Indagine di Confindustria: le uscite a domicilio si sono moltiplicate per la ristorazione. Barbiere: «Integrazione tra negozio tradizionale e digitale». È cresciuto anche il supporto preciso del delivery durante la pandemia. L'assessore Cappello: «Grazie ai rider. La sfida è su tutela e formazione»

Ieri l'inaugurazione della nuova sede di Glovo, il gruppo spagnolo leader del mercato. Pagliarini: «L'obiettivo è la città in 15 minuti, sia a livello di negozi fisici che nell'online»

Avenire MILANO

Delivery, partner cresciuti del 250% La pace tra e-commerce e negozi

Ristoranti, boutique, supermarket: un terzo usa le app di consegna a domicilio. La spinta dopo la pandemia «Non più in contrasto: l'online fa acquisire nuovi clienti»

Confindustria
«Per il 36% degli intervistati il delivery incide sul fatturato fino a un terzo»
di Stefania Chiale

Sono alcuni dei dati emersi dall'ultima indagine realizzata da Confindustria Milano, Lodi, Monza e Brianza con Glovo Italia su Milano. Il settore che fa maggiore utilizzo dei servizi di delivery è la ristorazione, col 62% del campione di 436 intervistati tra maggio e giugno 2022, seguito dal grocery (alimentari e supermercati) al 36% e dai retail (gli altri negozi) al 20%.

«Per il 36% degli intervistati il delivery incide sul fatturato fino a un terzo»
«Per il 36% degli intervistati il delivery incide sul fatturato per un 21-30%, secondo l'età degli intervistati per un 31-50% e secondo il 4% dei commercianti per oltre il 50%»

Sembrano lontani i tempi in cui il commerciante accusava i giganti dell'e-commerce di distruggere il settore, portandosi via clienti e profitti.

«La sfida è su tutela e formazione»



Boom del delivery, non solo cibo Un negoziante su tre consegna a casa

La ricerca di Confindustria a Milano: il 40% usa mezzi propri, gli altri si servono delle piattaforme

Lo scenario
Per il 35% influenza notevole sul fatturato
Tra i vantaggi acquisire nuovi clienti
MILANO

Un commerciante milanese su tre utilizza servizi di delivery, offrendo ai propri clienti la consegna a casa dei prodotti. In particolare, il settore che ne fa maggior utilizzo è quello della ristorazione, pari al 62%, seguito dal grocery che rappresenta il 36% degli imprenditori e dai retail per il 20%. Nell'ambito servizi, solo l'11% dichiara di utilizzare il delivery. Una fotografia scattata da una ricerca della Confindustria di Milano, Lodi e Monza Brianza, in collaborazione con Glovo, su un campione di aziende di diversi settori sul territorio della Confindustria.

«notevolmente influenzato» (dal 20% in su) e per il 4% degli intervistati il delivery incide per oltre il 50% del fatturato. Tra i vantaggi l'acquisizione di nuovi clienti (opzione indicata dal 49%), la maggior visibilità al punto vendita per il 22%, mentre per il 13% il vantaggio è dato da una migliore efficacia delle consegne. Una ricerca presentata al lavoro di Palazzo Marino, Alessia Cappello - ma anche uno spazio di crescita imprenditoriale. Il Comune, attraverso il Patto per il lavoro, ha tracciato una strada di atti concreti».



Giorno Milano Metropoli

Foto di Federico Giusti



Mascara e pizza arrivano a domicilio “I negozi con il delivery guadagnano di più”

di Manuela Messina

La mascara che arriva a casa in meno di mezz'ora, come la pizza. Così come il caricabatteria, l'acqua, i pannolini, i fiori, i regali dell'ultimo minuto. Il delivery cresce sempre di più e si espande al campo del "quick commerce" per ricevere spedizioni espresse non necessariamente legate solo ai food, con una media a Milano di 90 minuti ordini. Forza, solo per l'app Glovo, nelle due fasce "chiave" del pranzo e della cena.

«La pandemia è stata un test per molti commercianti, che sono stati obbligati a sperimentare nuovi modi di raggiungere i propri clienti in modo diverso dal solito e poi sono rimasti» ha spiegato Elisa Pagliarini, general manager di Glovo Italia, alla presentazione ieri della nuova indagine. «Il delivery è un servizio che aggiunge fatturato al business e non lo cannibalizza. Secondo una nostra ricerca, il 92 per cento dei clienti, quando fa un ordine, sceglie tra ordinare e cucinare, non tra cucinare e andare al ristorante». Dalla ricerca emerge poi che un esercizio commerciale su 3 (il 31 per cento) utilizza i servizi di delivery e il settore che ne fa un utilizzo maggiore è quello della ristorazione (62 per cento). Sempre secondo l'indagine di Confindustria, il 35 per cento degli interpellati dichiara che l'uso del delivery contribuisce al fatturato, influenzato almeno per un 20 per cento in più. Per una piccola parte (il 4 per cento), il delivery incide per oltre il 50 per cento del fatturato. Tra i vantaggi riconosciuti, in particolare l'acquisizione di nuovi clienti, opzione indicata dal 49

LiberoMilano

Glovo inaugura una sede da 1.000 mq e 180 dipendenti
Uno su tre si fa portare il cibo (e non solo) a casa

Boom dei servizi di delivery. Il colosso spagnolo vanta 2.000 rider, 1.200 esercenti convenzionati e 5 magazzini

NOEMI AGNELLO
«Rasta un click e il pasto è pronto. Applicazioni di nuova generazione permettono di soddisfare qualsiasi voglia di cibo a qualsiasi ora. Bisogna solo scaricare un'applicazione sul proprio cellulare, selezionare il piatto che si desidera e il gioco è fatto. Un milanese su tre utilizza i servizi di delivery. Ossia, si fa portare il cibo (e non solo) a casa. Lo dice l'indagine realizzata da Confindustria e presentata ieri in occasione dell'inaugurazione della nuova sede di Glovo in via Prelli. La ristorazione è il servizio di consegne più gestonato, scelto dal 62% degli utenti - seguito dal grocery col 36% e dai retail per il 20%».

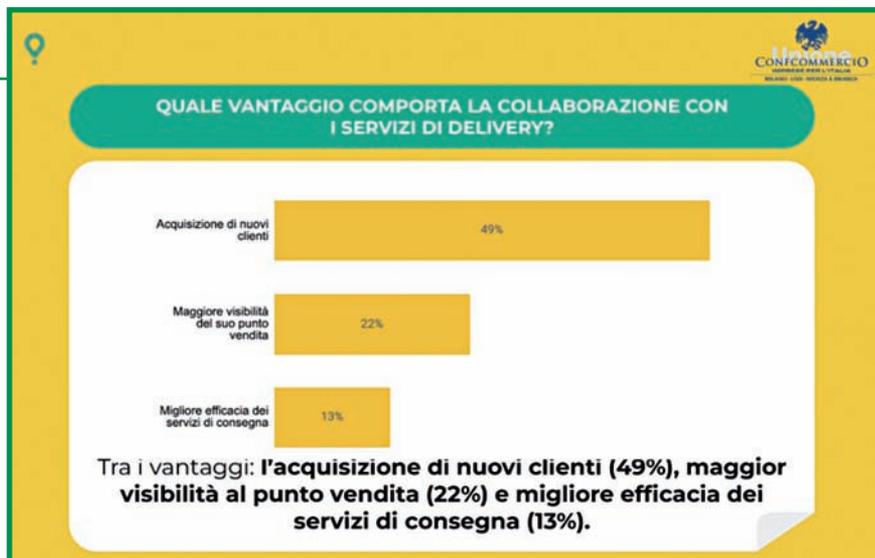
vi del gruppo spagnolo, che punta a triplicare entro la fine del 2022 il valore di transazioni dell'acquisto on line in poche ore, a livello mondiale, superando il miliardo di euro dagli attuali 300 milioni. «La città di Milano dimostra che sul delivery ha una marcia in più», ha dichiarato il segretario generale di Confindustria Milano, Marco Barbiere: «Molte attività commerciali, non solo della ristorazione, stanno ormai scoprendo queste piattaforme che permettono di ottenere un risultato economico importante, tanto che si può dire che l'unico effetto positivo della pandemia sia stato quello di far scoprire al classico commerciante l'attività online».

cupano del business, 5 mini-magazzini urbani e abbiamo anche intenzione di lanciare un nuovo food corner come a Torino». Alessia Cappello, assessore allo Sviluppo economico del Comune, assicura che come sia un segnale importante che aziende internazionali come Glovo decidano di aprire la propria sede nella nostra città: «Milano non vuole essere solo un ottimo mercato, anche se per Glovo indubbiamente lo è, ma intende rappresentare anche uno spazio di crescita imprenditoriale, un luogo dove sviluppare strategie innovative», aggiungendo che «l'amministrazione comunale, attraverso il Patto per il Lavoro, ha tracciato una strada di atti concreti che

la Repubblica MILANO

L'indagine Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Dall'indagine realizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con la collaborazione di Glovo Italia (risposte principalmente su Milano e area metropolitana) emerge che il 31% degli intervistati utilizza già i servizi di delivery. In particolare, il settore che ne fa maggior utilizzo è quello della ristorazione pari al 62%, seguito dal grocery che rappresenta il 36% degli imprenditori e dal retail per il 20%. Nell'ambito servizi, solo l'11% dichiara di utilizzare già il delivery per la consegna dei propri prodotti.



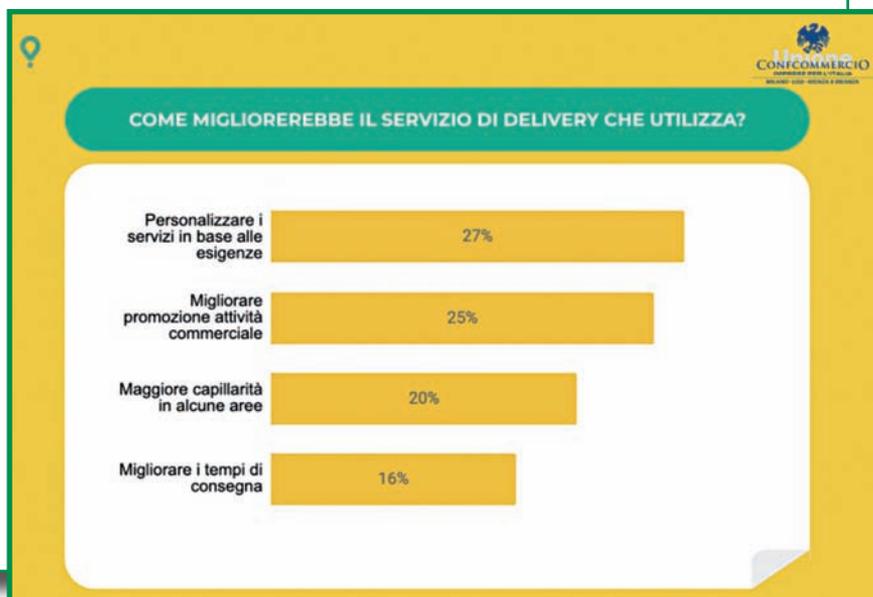
incide per oltre il 50% del fatturato. Tra i vantaggi riscontrati vi è senza dubbio l'acquisizione di nuovi clienti, opzione indicata dal 49% dei rispondenti, la maggior visibilità al punto vendita per il 22%, mentre per il 13% il vantaggio è dato dall'aver una migliore efficacia dei servizi di consegna.

È stato poi chiesto come si potrebbe migliorare il servizio di delivery utilizzato: il 37% darebbe dei bonus per le performance ottenute, il 27% vorrebbe personalizzare i servizi a seconda delle esigenze, il 25% migliorerebbe la promozione dell'attività commerciale, il 20% vorrebbe maggiore capillarità in alcune aree e infine il 16% migliorerebbe i tempi di consegna.

Le imprese del territorio dimostrano una buona conoscenza e utilizzo di questa modalità di vendita ancor prima dello scoppio della pandemia nel 2020: il 42% ne faceva uso già dal 2019, il 42% ha dichiarato di aver iniziato ad usarlo nel 2020 e il 12% nel 2021.

Tra i servizi utilizzati gli operatori hanno indicato: Glovo segnalato dal 52% degli intervistati, Just Eat dal 44%, Deliveroo dal 36%, Uber Eats dal 23%. Il 40% ha invece dichiarato di utilizzare mezzi propri per le consegne.

Per quanto riguarda l'incidenza dell'utilizzo del delivery sui ricavi delle proprie attività, il 35% dei rispondenti ha dichiarato che il fatturato è notevolmente influenzato dall'utilizzo del delivery (dal 20% in su) e per il 4% degli intervistati il delivery





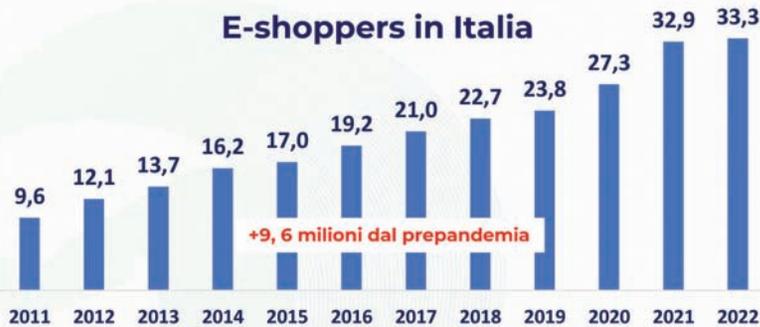
Presentazione in collaborazione
con Confcommercio Milano
Lodi, Monza e Brianza

Foto presentazione
NetRetail 2022
in Confcommercio Milano
di Federico Giusti



Acquisti online:
con Netcomm
l'analisi
NetRetail 2022

E-shoppers in Italia



Forte crescita rispetto
al dato pre-Covid.
L'e-commerce
spinge il multicanale

La soddisfazione all'acquisto online è altissima



Sono oltre 33 milioni gli italiani che effettuano acquisti online: 9,6 milioni in più rispetto al dato pre-Covid. Ed è alta la soddisfazione dell'acquisto online: 8,80. Era 8,07 nel 2011. Sono alcuni fra i dati emersi in occasione di NetRetail 2022, l'osservatorio di Netcomm – il consorzio del commercio digitale italiano - che, dal 2014, analizza l'evoluzione delle vendite online in Italia. Dati illustrati, nella sede della

L'eCommerce facilita gli acquisti multicanale: acquirenti multicanale in crescita del 30% negli anni della pandemia



- La pandemia ha dato impulso all'eCommerce
- L'eCommerce ha dato impulso all'acquisto multicanale
- **Un cliente su quattro** ha acquistato **off/online** da una **stessa insegna**

Confcommercio milanese, nel corso del workshop Netcomm in collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La ricerca – analisi di 271 insegne - è stata condotta da Netcomm in collaborazione con Adform,

Fonte: Netretail, aprile 2022, una ricerca di Netcomm in collaborazione con Adform, Filoblu, Oney, QVC e TeamSystem



Dove acquistano online gli italiani? -

Principalmente dagli eRetailer (quasi il 65%, una crescita del 12% in due anni), e per oltre il 25% da produttori e dettaglio tradizionale (dato aprile 2022).

Le occasioni dell'acquisto online – Per quasi il 55% si tratta di un riacquisto (il sito lo si conosceva già); il 21,5% attraverso una ricerca sul web.



Roberto Liscia, presidente Netcomm

FiloBlu, Oney, QVC e TeamSystem: dalle aspettative dei consumatori, al dialogo tra canale fisico e digitale nel percorso di acquisto, ai nuovi trend sui servizi logistici e le modalità di pagamento. Un appuntamento - riservato ai soci Netcomm e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - al quale sono intervenuti Roberto Liscia, presidente Netcomm; Marco Barbieri, segretario genera-



▶ ▶ ▶ segue a pag. 19 ▶ ▶ ▶

Richiedi una **consulenza finanziaria** per ottenere finanziamenti e partecipare ai bandi

Stai cercando risorse per gestire gli investimenti per sviluppare la tua attività? Prenotando una consulenza potrai accedere alle informazioni su bandi e finanziamenti, e relativi vantaggi.

- + Svolgiamo una consulenza creditizia e finanziaria per aiutarti ad ottenere l'accesso al credito agevolato
- + Ti guidiamo nell'accesso ai nuovi finanziamenti veloci e digitali X-Instant, erogati dalla banca fintech Aidexa grazie alla convenzione con Fidicomet
- + Ti aggiorniamo costantemente sui bandi che Enti e Istituzioni mettono a disposizione
- + Ti assistiamo sin dalle prime fasi di preparazione della documentazione necessaria per partecipare al bando



▶ ▶ ▶ segue da pag. 17 ▶ ▶ ▶

le Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; Francesca Bazzi, responsabile ricerche e relazioni esterne Netcomm. In sintesi ecco alcuni fra i dati presentati (ed altri anche dalle tabelle di queste pagine).

Le opzioni di ibridazione tra canali offerte dalle insegne



Gli acquisti multicanale - Durante la pandemia gli acquirenti multicanale sono cresciuti del 30%. L'e-commerce spinge il multicanale. Un cliente su quattro ha acquistato off/online da una stessa insegna.

netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

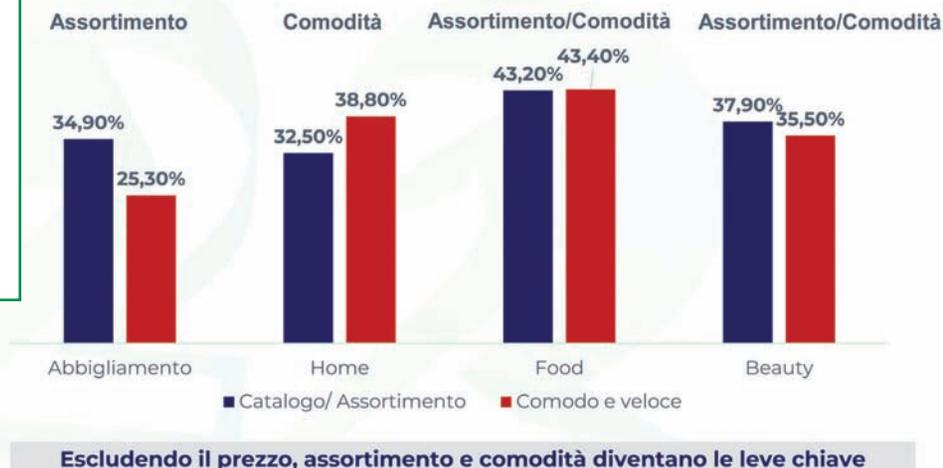
Fonte: NetRetail, una ricerca di Netcomm in collaborazione con Adform, FiloBlu, Oney, QVC e TeamSystem

Le principali motivazioni di acquisto escludendo il prezzo

Sistemi di pagamento

- Nel raffronto dei dati su quattro anni (marzo 2018-aprile 2022) in crescita bancomat, da 26,2% a 35%, e carte contactless, da 5,5% a 15,4%. In calo i contanti: da 55,2 a 35,4%. Stabile la carta di credito: 8,3%.

Delivery - L'83% preferisce ricevere il prodotto a casa e in ufficio.



netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

Fonte: La rivoluzione del Customer Journey in Italia, Netcomm in collaborazione con magnews, maggio 2022

informa
Unione

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

www.confcommerciomilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Barbieri

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49 - 20121 Milano

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

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

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



ENTE MUTUO ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA



A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO



Il riconoscimento a Carlo Alberto Panigo (a destra nella foto)

Vivisalute Award: riconoscimento al vicepresidente delegato di Ente Mutuo Carlo Alberto Panigo

In occasione del recente convegno "Diritto alla salute, tra scienza e sostenibilità economica" tenutosi presso l'Università Bocconi di Milano, Carlo Alberto Panigo, vicepresidente delegato di Ente Mutuo Regionale, ha ricevuto il premio internazionale Vivisalute Award, creato dall'Associazione Nazionale di volontariato no-profit Vivisalute Healthcare che opera nel campo della promozione della buona salute e della qualità della vita ed è presente con sedi regionali in

.....
 tutto Lombardia. Un riconoscimento alla qualità del Servizio Sanitario Nazionale, al passo con il progresso scientifico e tecnologico, in grado di offrire ai cittadini un'assistenza, sempre più spesso, di eccellenza anche rispetto al resto dei 30 Paesi europei.

“È stato un onore per me rientrare tra le otto persone premiate quest'anno – ha commentato Panigo – ma ci tengo a dedicare questo riconoscimento a tutti i miei collaboratori, perché è grazie al loro impegno e dedizione al lavoro che Ente Mutuo non ha mai smesso di essere al fianco dei nostri soci e delle loro famiglie durante tutto il periodo di pandemia, dando così anche un aiuto concreto al nostro Servizio Sanitario Nazionale”.

Insieme a Carlo Alberto Panigo, il Premio Vivisalute Award è stato assegnato anche a Roberto Comazzi dell'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano; Maurizio Dalocchio dell'Università Bocconi; Luciano D'Angelo dell'Azienda Socio Sanitaria Lombarda Territoriale di Lecco, Ospedale Alessandro Manzoni; Giacomo Pellegrino dell'Associazione Interforze Protezione Civile; Francesco Stellini del Dipartimento Marketing della Provincia Lombardo Veneta; Pierluigi Tiberto di Politiche della Sostenibilità, Valeria Tozzi di CERGAS - SDA Bocconi.

Storico macellaio di Inzago punto di riferimento professionale e sindacale

Cordoglio e vicinanza ai familiari di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con il presidente Carlo Sangalli e dell'Associazione territoriale dell'Adda Milanese per la scomparsa di Giuseppe Motta (Inzago). “Capace, infaticabile, cordiale”: così, in occasione della celebrazione del funerale, lo ha ricordato Giuseppe Legnani, presidente Confcommercio dell'Adda Milanese. “Vado indietro con la memoria – ha detto Legnani – al giorno dell'inaugurazione del Ristorante Macelleria Motta (a Bellinzago n.d.r.), quel giorno eri entusiasta per quanto si stava inaugurando, allo stesso tempo eri preoccupato per questa nuova avventura. Ti confortai, dicendoti che il giovane Sergio stava mettendo a frutto l'insegnamento di Suo papà e non era altro che quello che all'inizio degli anni 60, aveva fatto il Giuseppe”. Ultimo di sette fratelli, Giuseppe Motta è nato ad Inzago. Giovannissimo trova lavoro come garzone in una macelleria nel centro di Milano. Nel 1963 si mette in proprio ed apre la macelleria ad Inzago, in via Matteotti e con l'esperienza maturata Giuseppe Motta si occupa anche di macellazione (una volta in pensione ha collabo-

Adda Milanese Il ricordo di Giuseppe Motta

rato con il figlio nel proseguimento dell'attività della macelleria). Nel 1972 Giuseppe Motta è entrato a far parte del Consiglio direttivo dell'Associazione (allora mandamentale) di Cassano d'Adda e nel 1978 è stato eletto presidente della Delegazione dei commercianti di Inzago impegnandosi, con il vicepresidente Luciano Pirovano, nella realizzazione di diversi eventi cittadini. “Sei stato – ha ricordato Legnani – un punto di riferimento per i tuoi colleghi”. Come Motta “Sono molti i commercianti d'Inzago che hanno saputo tramandare ai figli la voglia d'impresa”.



Ricevi un supporto completo per aprire o migliorare il tuo **E-Commerce**

Grazie alla nuova partnership con Netcomm, il Consorzio del commercio digitale italiano, abbiamo una soluzione dedicata a imprenditori e professionisti che vogliono dare una spinta alla propria presenza online.

Se ti iscrivi a Confcommercio Milano e a Netcomm, potrai accedere ai servizi offerti da esperti digitali su tematiche legate al mondo dell'e-commerce ed ottenere il Sigillo che certifica il tuo negozio elettronico.





Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli con Alberto Cazzulani, presidente di Power Energia (foto di Federico Giusti)

Uno sconto del 60% sul prezzo di commercializzazione e vendita dell'energia elettrica, del 15% sul gas, del 30% sull'energia verde. Ma non solo agevolazioni tariffarie: anche una consulenza dedicata alle imprese associate su tutti i servizi. Lo prevede l'accordo di convenzione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Power Energia siglato a Milano, nella sede Confcommercio di Palazzo Castiglioni con il presidente di Power Energia Alberto Cazzulani.

“L'inarrestabile caro energia – rileva il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli – sta diventando un'emergenza per la nostra economia e rischia di frenare la ripresa. L'accordo tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Power Energia - importante realtà del mondo delle cooperative - permette alle imprese del terziario associate di poter allargare le opportunità di scelta contribuendo ad allentare le forti tensioni sui prezzi”. Nei primi cinque mesi (gennaio-maggio)



Energia più conveniente e “green” Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Accordo con Power Energia

del 2022 l'Area Energia e Ambiente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e

Brianza rileva (e si parla delle conseguenze per le aziende più attente a questi temi e ai contratti stipulati) una cre-



scita del 92% nel costo dell'energia elettrica rispetto al corrispondente periodo 2021. Più forti gli aumenti nel gas: + 235% fra ottobre 2021-maggio 2022 rispetto al corrispondente periodo ottobre 2020-maggio 2021.

Power Energia (www.powerenergia.eu), accreditata come grossista presso l'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente, è una cooperativa di utenza che fornisce energia elettrica e gas. Nata a Bologna nel dicembre del 2006, è affiliata a Confcooperative. Power Energia annovera migliaia di imprese aderenti ed è la prima cooperativa in Italia per forniture. Dal 2012 Power Energia opera anche nel mercato del gas e fornisce servizi di consulenza per l'efficienza energetica, servizi per la mobilità elettrica e per il raggiungimento del "plastic free" all'interno delle aziende. Nel 2020 Power Energia ha avviato il programma "Think Green" per lo sviluppo della sostenibilità per le imprese socie. Power Energia rilascia alle imprese una certificazione sull'utilizzo del 100% di energia elettrica prodotta da

fonti rinnovabili.

“L'attuale contesto di grande difficoltà che caratterizza il mercato dell'energia dà ancor più importanza alla convenzione siglata con un'associazione rappresentativa come Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – sottolinea Alberto Cazzulani, presidente di Power Energia – E le difficoltà, con le giuste scelte, possono anche diventare occasioni di opportunità per chi svolge attività imprenditoriale”.

Agevolazioni extra per gli associati fedeli

La convenzione tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Power Energia prevede – oltre a sconti per tutte le imprese socie – ulteriori agevolazioni extra riservate agli associati fedeli (almeno tre anni di iscrizione): sconto del 18% sulle colonnine di ricarica elettrica, del 22% sull'acquisto di erogatori di acqua e di sanificatori d'aria. Inoltre, l'installazione gratuita in azienda degli erogatori di acqua purificata.

Le conseguenze dopo la decisione del Parlamento Europeo di bandire la produzione di motori endotermici: osservazioni al Tavolo automotive convocato dal MISE



Nuove auto solo elettriche dal 2035? Federmotorizzazione: scelta con il para-occhi

Una decisione carica di conseguenze che preoccupa: così Federmotorizzazione Confcommercio valuta il pronunciamento del Parlamento Europeo di sospendere, a partire dal 2035, la produzione di motori endotermici con lo stop a nuove auto benzina e diesel.

“Una scelta con il para-occhi – ha commentato Simonpaolo Buongiardino, presidente di Federmotorizzazione, che ha partecipato, in rappresentanza di Confcommercio Mobilità, al Tavolo dell’Automotive convocato dal ministro dello Sviluppo Economico (MISE) Giancarlo Giorgetti, consegnando un documento che ha riportato tutte le osservazioni critiche – E’ un errore il voler puntare solamente sull’elettrico nonostante il diverso orientamento della Commissione Trasporti UE (vedi Unioneinforma di giugno a pagina 29 n.d.r.). In questo modo si sottolineano non solo le differenze economiche fra i diversi Paesi europei, ma anche la pericolosa sudditanza nei confronti dei Paesi asiatici. La ricerca tecnologica, se non arrestata, ci metterà in condizione di

utilizzare altri carburanti per arrivare a decarbonizzare l’Automotive, considerando i numerosi svantaggi dell’utilizzo di sole auto elettriche”.

“Con la scelta del Parlamento Europeo (fortunatamente ci saranno ulteriori momenti decisionali) – ha spiegato

Buongiardino – si evidenzia la distanza tra il nord Europa più ricco – che può permettersi di sostenere l’acquisto di auto elettriche con un costo superiore del 20/30 per cento – rispetto

ai Paesi del sud Europa. Basti notare che l’auto elettrica più venduta in Europa nei primi tre mesi dell’anno è la Tesla, il cui costo parte da oltre 60.000 euro. Il reddito medio pro capite di un lavoratore dipendente italiano, riferito al 2021, è di 20.720 euro e quello di un pensionato di 18.650 euro”.

“Ma la decisione del Parlamento Europeo – ha rilevato Buongiardino – ci lega mani e piedi ai Paesi asiatici, in particolare modo la Cina, per la disponibilità di litio, cobalto e terre rare

che, oltre ad essere presenti in quelle regioni, la Cina si è affrettata ad accaparrarsi anche in Africa”.

Componentistica italiana a grave rischio con la perdita di un know how unico e la riconversione su tecnologie a basso valore aggiunto: spariranno 70mila posti di lavoro



che, oltre ad essere presenti in quelle regioni, la Cina si è affrettata ad accaparrarsi anche in Africa”.

Per l'Italia, e la Lombardia in particolare, la situazione è ancora più grave: "Avendo un settore industriale molto forte nella componentistica per auto ad alto valore aggiunto – ha spiegato Buongiardino – la scelta del solo-elettrico comporta una radicale trasformazione delle imprese che perderanno un know how unico, costringendole a convertirsi in tempi brevi, ma su tecnologie a basso valore aggiunto, nelle quali, per disponibilità di materie prime e costi di mano d'opera, prevarranno le aziende asiatiche". Si stima una perdita di posti di lavoro di 70.000 unità.

"Puntare soltanto sull'auto elettrica – ha argomentato Buongiardino – comporta un impegno rilevantisimo per il nostro sistema.

Basti pensare che occorrerà una quantità enorme di energia elettrica, ma prodotta da fonti rinnovabili (oggi siamo al 17% in Italia) e che bisognerà dotarsi di un numero di punti di ricarica pubblici in linea con la futura massa di parco auto elettrico in circolazione. Abbiamo registrato una vendita, a tutto il 2021, di

circa 120.000 vetture elettriche (BEV) e, immaginando una dimensione del parco circolante al 2035 di 10 milioni di vetture, tenuto conto che ogni colonnina può caricare due auto in contemporanea, per due cicli nelle

24 ore, servirebbero 2,5 milioni di colonnine. Ora siamo a circa 26.000 colonnine con il 12% non ancora operativo". "Inoltre – ha continuato Buongiardino – si insiste, con questa scelta a 'senso unico', a non tenere conto di tanti problemi: la produzione di CO2 da parte delle auto elettriche (misurata sul ciclo di vita, smaltimento incluso) è superiore a quella prodotta dai veicoli endotermici; non si hanno ancora certezze sui sistemi di recupero/smaltimento delle batterie; la tensione elettrica d'esercizio di un'auto elettrica è molto alta e le competenti autorità di controllo stanno già

valutando i rischi per la sicurezza dei manutentori e in caso di incidente o incendio, nonché le limitazioni di utilizzo per la ricariche in ambienti sotterranei. Vi saranno, poi, enormi difficoltà di conversione in

Simonpaolo Buongiardino, presidente Federmotorizzazione: scegliere solo l'auto elettrica significa anche non prendere in considerazione eventuali progressi tecnologici introducibili entro il 2035. Intanto in Italia ci sono ancora 12 milioni di veicoli vecchi e inquinanti



Simonpaolo Buongiardino, presidente Federmotorizzazione



FEDERMOTORIZZAZIONE
FEDERAZIONE NAZIONALE
COMMERCianti MOTORIZZAZIONE

elettrico dei veicoli per trasporto merci, in particolare per le portate maggiori, oltre alla necessità di numerosi punti di

ricarica veloce per gli stessi sulla rete pubblica autostradale".

"Scegliere solo l'auto elettrica – ha dichiarato Buongiardino – significa anche non prendere in considerazione eventuali progressi tecnologici introducibili entro il 2035. Come, ad esempio, carburanti di origine vegetale o sintetici che azzerino l'impronta del carbonio. O che si sviluppino sistemi efficienti ed economici nell'uso dell'idrogeno verde".

Una scelta, ha concluso Buongiardino,

poco comprensibile anche dal punto di vista ambientale: "è stato stimato

Servirà una quantità enorme di energia elettrica da fonti rinnovabili. E almeno 2,5 milioni di colonnine di ricarica (ora sono circa 26.000 e il 12% non è operativo)

(elaborazioni su dati EEA - European Energy Agency) che l'incidenza di CO2 prodotta dall'Automotive in Europa corrisponda all'1% delle emissioni totali mondiali. Quindi, prima di pensare al solo-elettrico, se si procedesse gradualmente eliminando dapprima i veicoli più vecchi ed inquinanti - in Italia ne contiamo ancora 12.000.000 - con vetture endotermiche di nuova generazione, l'impatto di CO2 si dimezzerebbe".



Il ministro dello Sviluppo Economico (MISE) Giancarlo Giorgetti ha convocato il Tavolo dell'Automotive



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



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



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

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

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

CENTRIMPRESA

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

NUMERO DI TELEFONO UNICO: 02.7750.616

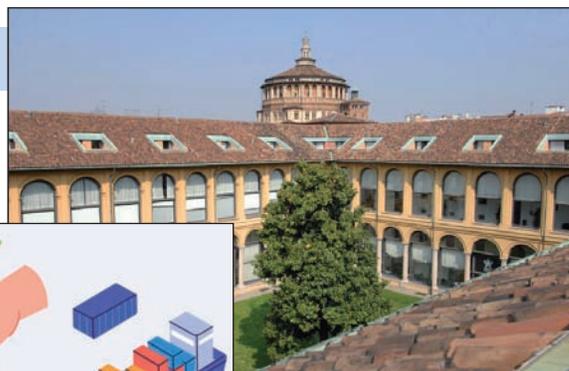
Orari dal lunedì al giovedì dalle 8,30 alle 17,30 e venerdì dalle 8,30 alle 16,30

Per informazioni e preventivi gratuiti info@centripresa.it

Milano, Palazzo delle Stelline

Con Aice il 4 e 5 ottobre Go International

L'unica fiera interamente dedicata ai servizi per l'export e l'internazionalizzazione



*Registrarsi
per accedere
gratuitamente*

I vantaggi di una visita a Go international

Visitare Go International dà l'opportunità di incontrare in una sola location le istituzioni che offrono sostegno all'internazionalizzazione e le realtà che erogano servizi per l'export, di essere aggiornati sui trend di mercato e sui servizi innovativi per l'export attraverso i convegni in programma. Ed è inoltre un'importante occasione di networking.

Il 4 e 5 ottobre si svolgerà a Milano (Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61) la seconda edizione di Go

International <https://www.go-international.it/>, l'unica fiera in Italia interamente dedicata ai servizi per l'export e l'internazionalizzazione. Go International è organizzata da Aice, l'Associazione italiana commercio estero (Confcommercio) con Italian Fair Service, società specializzata nell'organizzazione di eventi fieristici e di partecipazioni di aziende italiane a fiere internazionali.

Obiettivo di Go International, patrocinata anche da Regione Lombardia e Confcommercio nazionale e di Milano Lodi Monza e Brianza, è mettere in contatto la domanda e l'offerta di servizi per il supporto all'export e all'internazionalizzazione. Saranno presenti 50 espositori - <https://www.go-international.it/lista-espositori/> - ed è previsto un intenso programma di convegni dedicati alla presentazione delle opportunità di business offerte dai principali mercati esteri e alle ultime novità in tema di servizi per l'export.

Sponsor di Go International è Intesa Sanpaolo. Oltre alle istituzioni nazionali dedicate alla promozione del Made in Italy saranno presenti a Go International, in qualità di espositori: istituti bancari, temporary export manager, operatori della logistica internazionale, spedizionieri, società di certificazione di conformità, assicurazioni crediti export, studi legali internazionali, consulenti export, piattaforme per

*Organizzata
dall'Associazione italiana
commercio estero
in collaborazione
con Italian Fair Service*

**Registrarsi: verrà inviato
il biglietto d'ingresso gratuito
a Go International**

Per partecipare bisogna registrarsi: <https://www.go-international.it/visitatori/>. Successivamente verrà inviato il biglietto di ingresso gratuito alla fiera, valido anche per accedere ai workshop (previa registrazione).



FAI DECOLLARE IL TUO BUSINESS

Ti aspettiamo a GO International!

GoINTERNATIONAL
La fiera dei servizi per l'export



QUANDO
4 - 5 Ottobre 2022



DOVE
Palazzo delle Stelline
Corso Magenta, 61 - Milano

Programma dei workshop di Go International
<https://www.go-international.it/programma/>.
La partecipazione ai workshop è gratuita

e-commerce internazionale, agenzie di promozione di Paesi esteri, Camere di commercio italiane all'estero ecc.



Umberto Bellini
presidente Asseprim

*Imprese dei servizi professionali:
nuovi dati d'aggiornamento dell'osservatorio economico
di Asseprim realizzato con FormatResearch*

Asseprim focus: marketing e pubblicità passano dai social network

sto 2022 nell'uso dei social network e in azioni di social media marketing. Tra le piattaforme più utilizzate Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e YouTube.

Piattaforme social sempre più importanti per marketing e pubblicità. È quanto emerge dai dati d'aggiornamento di

Asseprim Focus, l'Osservatorio economico dei servizi professionali all'impresa realizzato da Asseprim (la Federazione nazionale dei servizi professionali per le imprese) con Format Research. Più di un'impresa su due (57%) investirà in que-



“Il 51% delle nostre aziende sa che per il proprio business è ormai imprescindibile un'attività mirata ed efficace di social media marketing. Tale tendenza è confermata dalla crescita di questa consapevolezza negli ultimi due anni, quando solo il 37% di esse vi intravedeva delle opportunità” ha commentato Umberto Bellini, presidente di Asseprim.

Da Asseprim Focus emerge anche la volontà, da parte delle aziende del comparto, di puntare sempre più sull'aggiornamento del proprio sito web: “Oggi – rileva Bellini - abbiamo il 58% di imprese disposte a migliorare il proprio posizionamento online tramite il potenziamento del loro sito, a fronte del 41% di esse che due anni fa lo riteneva una priorità”.

Tra le azioni più adottate, il 46% delle aziende dei servizi professionali punterà sull'invio di una newsletter ai clienti, il 34% sulla SEO – Search Engine Optimization (+19% in due anni), per un miglior posizionamento sui motori di ricerca e il 31% su Google Analytics, per monitorare costantemente le prestazioni della propria pagina web. (AT)

ASSEPRIM FOCUS/2 - SMART WORKING POST-COVID PER UN'AZIENDA SU DUE NEI SERVIZI PROFESSIONALI ALLE IMPRESE

- Circa tre imprese su quattro hanno adottato lo smart working in piena epoca Covid. Il 62% continua a farlo anche in questo periodo più post-Covid. Lo rilevano i dati d'aggiornamento di Asseprim Focus. Un'impresa su due, tra quelle che hanno iniziato ad utilizzare lo smartworking durante la crisi sanitaria, ha continuato ad usufruirne anche dopo l'emergenza. “Negli ultimi due anni, quasi il 70% delle nostre imprese ha fatto ricorso al lavoro a distanza – ha commentato Umberto Bellini, presidente di Asseprim - Nel rapporto, la maggioranza delle aziende indica la riduzione dei costi fissi aziendali, di manutenzione e dei locali come principali vantaggi derivanti dall'adozione dello smart working. Tuttavia, tra gli svantaggi elencati, le aziende riscontrano una maggiore difficoltà nella gestione dei collaboratori, nel controllo dei loro tempi di lavoro e un rallentamento dei ritmi di apprendimento dei più giovani”. E' necessario “trovare un giusto equilibrio tra aziende e territorio, cercando di comprendere, mediante un'analisi costi e opportunità, quando il lavoro a distanza possa rappresentare un benefit per attrarre talenti e quando invece sia da preferire la presenza in sede” ha concluso Bellini.

ASSEPRIM FOCUS/3: LE AZIENDE CHIEDONO MENO CREDITO, MA INVESTONO DI PIÙ

- Diminuisce la percentuale delle imprese dei servizi che si sono rivolte al sistema bancario per chiedere credito, ma crescono le aziende che vogliono investire.

È quanto emerge da Asseprim Focus dove si evince che, parallelamente all'attenuarsi della pandemia, scende anche il numero delle imprese che hanno chiesto credito al sistema bancario: nel 2021 erano il 48% del campione intervistato, mentre oggi il dato si attesta al 38%.

Lieve calo anche per il numero di aziende che hanno ricevuto il credito per l'ammontare richiesto: dal 75% dell'anno scorso si è passati al 68%.

Dall'analisi di settore risulta che le imprese che ottengono maggiormente credito sono quelle appartenenti alle categorie risorse umane (69%), comunicazione & marketing (65%) e consulenza aziendale (67%).

“Da qualche anno, le imprese chiedono liquidità soprattutto per poter far fronte agli oneri contributivi e fiscali. Tuttavia, il dato interessante emerso dal nostro report è la crescita delle aziende che fanno richiesta di credito per poter investire. Negli ultimi due anni sono aumentate di cinque volte, quasi un'azienda su tre” afferma Umberto Bellini, presidente di Asseprim. Il 30% delle aziende che oggi chiedono un credito bancario lo fa a scopi d'investimento. Due anni fa il dato si attestava al 6%.

Tra le altre finalità alla base delle domande di credito rientrano il pagamento delle spese fisse (affitto locali e bollette) richiesto dal 38% delle aziende, e il pagamento dei fornitori (34%).



Assofranchising Dario Baroni nuovo presidente

Il Consiglio Direttivo di Assofranchising, Associazione della rappresentanza del franchising aderente a Confcommercio, ha eletto come presidente per il prossimo triennio Dario Baroni, amministratore delegato di McDonald's Italia.

Il Consiglio ha inoltre confermato Marco Procaccianti (amministratore delegato Vision Group Spa), come vicepresidente vicario, nominato Paolo Fiorelli (chairman e ceo di MBE Worldwide) come vicepresidente e confermato il mandato in qualità di segretario generale ad Alberto Cogliati.

Baroni - che succede ad Italo Bussoli, presidente di Assofranchising dal 2016 - ha iniziato la sua esperienza professionale in Procter

Dario Baroni, nuovo presidente di Assofranchising

& Gamble nel Marketing, nella Ricerca e Sviluppo e nelle Vendite, in Italia e all'estero. Successivamente ha lavorato in Vodafone con ruoli di crescente responsabilità, fino alla nomina a Marketing Director della Consumer Business Unit per approdare in McDonald's nel 2016 come Chief Marketing Officer. Nel 2018 ha assunto la responsabilità dei ristoranti per l'area Sud e nell'autunno del 2020 è stato nominato Vice President con responsabilità su Strategia, Field Service, Marketing, Development e Construction. E' alla guida dell'azienda dall'agosto 2021. (FG)



Rinnovato il Consiglio direttivo

Andec, Maurizio Iorio confermato alla presidenza

L'assemblea ordinaria elettiva di Andec, l'Associazione degli importatori e produttori di elettronica civile, ha rinnovato le cariche direttive per il quadriennio 2022 – 2025. Il nuovo Consiglio Direttivo ha nominato presidente e vicepresidenti.

Maurizio Iorio (avvocato del Foro di Milano e rappresentante dell'azienda Eco Legal Counsel) è stato confermato nella carica di presidente.

Confermato come vicepresidente vicario Massimo Zasa (Humax) mentre la carica di vicepresidente è stata assegnata a Norberto Agosteo (JVC Kenwood).

Il Consiglio Direttivo è completato da: Egidio Aguti (Trevi), Lorenzo Beltrami (LG Electronics), Antonio Bongiorno (Daikin), Mauro Brogliato (Metronic), Davide Cremonesi (Mitsubishi), Marco Falconi (ALPS Alpine Europe), Jacques Gandini (Studio Gandini), Luca Maragliano Caranza (Exhibo), Roberto Missoli (Audiogamma), Carmen Pagano (Panasonic Italia), Pietro Piras (SQM), Paolo Rossi (Sharp). Pino Fasulo è il Revisore dei Conti.

Nel corso della seduta di insediamento, il Consiglio Direttivo ha individuato alcune aree di azione per i prossimi mesi: pro-



Maurizio Iorio

seguire lo studio del mercato italiano e degli scenari economico-sociali, sviluppare la Banca dati clima dedicata agli apparecchi di climatizzazione, presidiare le novità normative di maggiore impatto (con particolare attenzione al nuovo Regolamento europeo sulla concorrenza, alla disciplina della Garanzia al consumatore, alla transizione verso i nuovi standard di trasmissione digitale terrestre,

agli obblighi di etichettatura ambientale degli imballaggi). "Il contesto economico e gli attuali scenari internazionali non ci consentono di indulgere all'ottimismo – afferma il presidente Iorio – ma faremo il possibile per rafforzare il ruolo di Andec come punto di riferimento per il mercato italiano. Le nostre imprese hanno saputo fronteggiare bene la crisi sanitaria e sono convinto che resteranno protagoniste anche in questa nuova fase critica".



(Foto di questa pagina di Federico Giusti)

A Palazzo Castiglioni il momento ufficiale di matching tra le mentor di "Donne al Quadrato" e le partecipanti del progetto Crescere Terziario Donna

Terziario Donna Confcommercio MiLoMB Coaching per le imprenditrici



Da sinistra Claudia Segre, presidente Global Thinking Foundation, e Lionella Maggi, presidente del Gruppo Terziario Donna Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Bilancio del progetto di coaching per le imprenditrici "Crescere Terziario Donna" organizzato dal Gruppo Terziario Donna Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: quattro incontri, dodici professioniste, manager e imprenditrici provenienti da diversi settori del terziario che hanno messo in gioco la propria crescita individuale e professionale in un percorso condiviso.

Tra i temi affrontati nel corso degli incontri tenuti dalla coach Giovanna Angiolini: l'utilizzo di un linguaggio efficace, lo sviluppo dell'intelligenza emotiva, il networking, la gestione del tempo e la scelta delle priorità, l'accrescimento della consapevolezza delle proprie capacità e potenzialità e la conciliazione dell'impegno lavorativo e familiare.

L'ultimo incontro del percorso "Crescere Terziario Donna" ha ospitato un'attività di matching tra le volontarie di alto profilo di Global Thinking Foundation impegnate nel progetto di formazione "Donne al Quadrato" e le imprenditrici partecipanti alla classe di Confcommercio MiLoMB: non solo mentoring, dunque, ma

anche reverse mentoring, per stimolare uno scambio generativo tra le parti, con l'idea che favorire e indirizzare l'incontro tra professioniste e manager - ma soprattutto persone - di valore, può creare altrettanto valore aggiunto per le singole attività e per il sistema associativo e sociale nel suo complesso (sulla pagi-

na Instagram @terziariodonna.milano è possibile consultare tutti i matching).

L'iniziativa rientrava nel percorso di collaborazione tra il Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano e Global Thinking Foundation con la firma di una convenzione per la partecipazione delle imprenditrici del terziario a iniziative che contribuiscono a promuovere la parità di genere, l'autonomia economica e la valorizzazione del talento femminile (vedi *Unioneinforma* di aprile a pagina 31 n.d.r.).

Tra settembre e ottobre Global Thinking Foundation, nell'ambito di "Donne al Quadrato", darà poi vita ad

un ciclo di incontri gratuiti rivolti alle imprenditrici del terziario associate sul rafforzamento

degli asset aziendali: dal branding al fintech, dall'innovability alla cybersecurity.



Bilancio dell'iniziativa avviata con Global Thinking Foundation

Da settembre partono gli incontri gratuiti del Progetto "Donne al Quadrato" di GLT Foundation sul rafforzamento degli asset aziendali, rivolti alle operatrici associate





“Uno Zaino della Pace”
 Dai cartolibrari milanesi
 150 kit scolastici
 a **bambini ucraini**
 ospiti nel Centro
 della **Croce Rossa a Bresso**



Sono oltre 150 i kit scolastici a favore delle bambine e dei bambini ucraini, consegnati per gli ospiti del Centro della Croce Rossa italiana a Bresso, raccolti dall'Associazione cartolibrari e giocattoli di Milano. E' il risultato dell'iniziativa - con il coinvolgimento di Caritas, Croce Rossa, Comune - “Uno Zaino della Pace” promossa dall'Associazione. Per i piccoli profughi in Italia dal Paese in guerra sono stati messi a disposizione alcuni prodotti per la scuola primaria: zaino, astucci, quaderni, matite e altro materiale. Come ha scritto in una nota agli associati il presidente dei cartolibrari Alfredo Scotti, “Si tratta di un ‘piccolo-grande’ gesto di solidarietà del nostro comparto, che mi ha riempito di orgoglio...voglio ringraziare pubblicamente tutti i colleghi aderenti”.

Ecco alcune delle foto che Croce Rossa ha inviato all'Associazione cartolibrari e giocattoli

*I commercianti in strada
con le proprie esposizioni in collaborazione
con hobbisti, artigiani, artisti*



E' stata, nella prima domenica di giugno, la prima festa di via organizzata dalle associazioni aderenti alla Confindustria milanese dopo lo stop a questo tipo di eventi imposto dal Covid. A Milano è tornata "I Colori di Piero", iniziativa giunta alla sua terza edizione ed organizzata da Ascopier, l'Associazione commercianti e artigiani di via Piero della Francesca. Per una domenica via Piero della Francesca è diventata un'isola pedonale: i commercianti sono scesi in strada con le proprie esposizioni in collaborazione con hobbisti, artigiani e artisti del quartiere. Sono stati appunto i colori a distinguere ogni settore: attività commerciali, laboratori artistici, il food in tutte le sue diversità multietniche.



"Dopo due anni segnati pesantemente dalla pandemia abbiamo deciso di riorganizzare la nostra festa di via "I Colori di Piero"- ha affermato Laura Cristina Messina, presidente di

Ascopier - Una festa dalle caratteristiche green sul riciclo, recupero, riuso, segno di ripartenza e ritorno alla fiducia". Ne "I Colori di Piero" il tema "riciclo, recupero e riuso" è stato infatti scelto per sensibilizzare ancora di più al rispetto dell'ambiente. Oltre ai laboratori per i bambini, in via Piero della Francesca è stata effettuata la raccolta dei tappi di plastica destinati al recupero (con le risorse

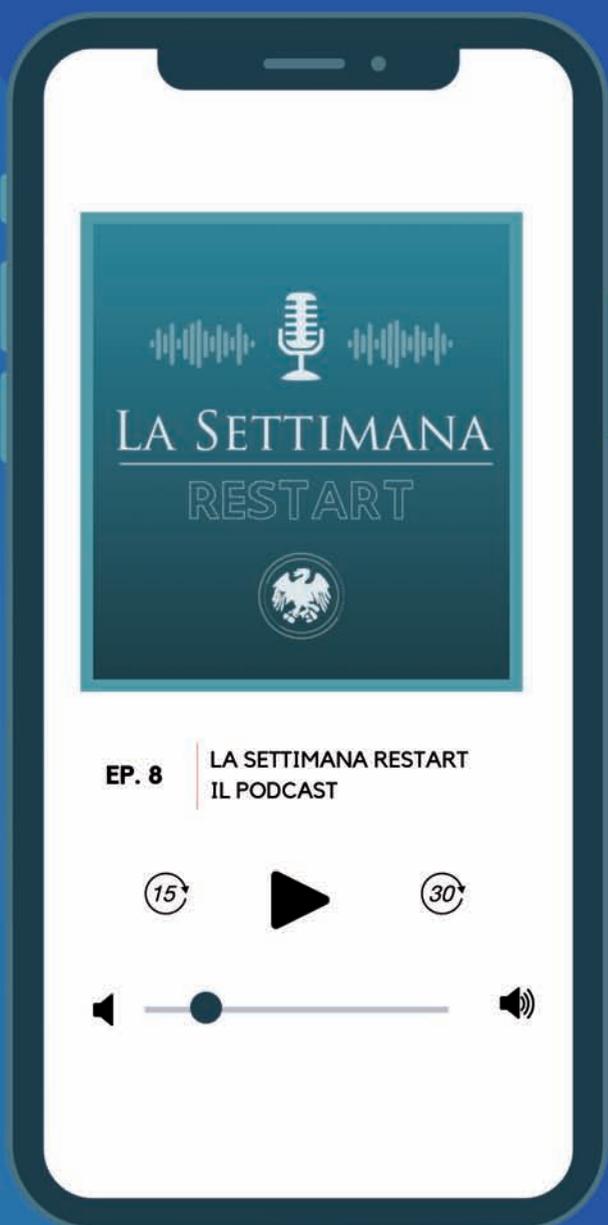
ottenute che vanno a sostegno di progetti di fondazioni no profit). Ha partecipato anche il Gruppo Culturale Artisti di via Bagutta con laboratori sul riciclo ed esposizioni pittoriche. Presenti anche musicisti di strada.

"Un pensiero di riguardo - ha proseguito Laura Cristina Messina - è stato rivolto all'Ucraina": con una percentuale dei ricavi della giornata di festa devoluta all'Ospedale Buzzi

tramite l'Associazione OBM che si occupa dei progetti a sostegno dei bambini malati e dei loro genitori.

**Milano, via Piero della Francesca
Con Ascopier è tornata nel segno green
la festa de "I Colori di Piero"**

LA SETTIMANA RESTART



**IL PODCAST CON
AGGIORNAMENTI E
APPROFONDIMENTI
DAL MONDO
DELL'ECONOMIA,
DELLA POLITICA E
DELL'ATTUALITÀ**

INQUADRA E ASCOLTA



CONFCOMMERCIO.MILANO.IT

SPOTIFY



AMAZON MUSIC



APPLE PODCAST



GOOGLE PODCAST



ANCHOR



