

Unione *informa*


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

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

IN CONFCOMMERCIO MILANO

**Grow Up:
il Forum nazionale
dei Giovani Imprenditori
Confcommercio**

**Sangalli:
portate una
speranza
nel nostro Paese**

**In collegamento
il ministro Abodi**



**Dall'1 dicembre al 6 gennaio torna a Milano
il MERCATINO DI NATALE IN DUOMO**

Il 15 dicembre alla Scala la cena con operatori e utenti Caritas



**Dal 5 al 15 dicembre a Lodi il villaggio
degli acquisti per la Sagra di Santa Lucia**

**I 10 anni di Its Academy
Innovaprofessioni
Con il ministro Valditara**



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Crea un **Piano personalizzato** per la tua azienda con lo **Sportello Welfare**

Premia i tuoi dipendenti e ottieni **vantaggi fiscali**.

Sportello Welfare

Lo **Sportello Welfare di Confcommercio** Milano ti assiste nella creazione di un piano personalizzato per la tua azienda, sfruttando i **benefici fiscali** disponibili e migliorando la **produttività dei dipendenti**.

Offriamo **consulenza individuale** sulle normative e le opportunità di benefit e sui **vantaggi previdenziali**. Accedi a **soluzioni convenzionate** per istruzione, salute, benessere e altro.



Scarica il White Paper per scoprire esempi concreti di welfare aziendale.

Scopri come ottenere la **certificazione di parità di genere** rilasciata da **Uniter**, che 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.

**RICHIEDI
INFORMAZIONI**





250 caratteri di confcommercio



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



“L’impresa è un orizzonte che, purtroppo, sempre meno giovani scelgono. Eppure, quando è una scelta che nasce dalle competenze e dalle idee, è una delle decisioni a più alto impatto personale e sociale che possano esserci. Il Censis, contrapponendoli al tristemente noto acronimo NEET, li chiama gli EET. Sono i giovani che hanno un lavoro, hanno studiato e si sono formati e per questo portano innovazione nel sistema. E sono i nostri giovani imprenditori del terziario”.

“GROW UP”: IN CONFCOMMERCIO MILANO IL FORUM DEI GIOVANI IMPRENDITORI. IL PRESIDENTE SANGALLI: CONFCOMMERCIO CON IL GRUPPO GIOVANI TESTIMONIANO L’IMPORTANZA DELLA SCELTA DI FARE IMPRESA - Nelle pagine che seguono contenuti e immagini del quindicesimo Forum nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio svoltosi quest’anno in Confcommercio Milano. Forum con una partecipazione molto ampia in una nuova edizione, intitolata **Grow Up**, che ha approfondito il tema del progredire dell’impresa nelle sue diverse dimensioni. In collegamento, nella prima giornata, è intervenuto il ministro per lo Sport e i Giovani **Andrea Abodi**. In occasione del Forum è stata presentata l’analisi dell’Ufficio Studi di Confcommercio **“L’importanza dell’imprenditoria giovanile per la crescita economica”**. Dai dati emerge il calo strutturale, negli anni, del tasso di imprenditoria giovanile: tra il 2011 e il 2023 dall’11,9% all’8,8%. **“Si può pensare – ha detto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli – che sia solo un tema demografico: i giovani sono percentualmente sempre meno nel nostro Paese. Ma questa spiegazione non regge. Mentre i giovani sulla popolazione totale sono diminuiti del 19%, le imprese giovanili sul totale delle imprese**

sono diminuite del 28%”. Ma fare impresa, ha aggiunto Sangalli “è una delle decisioni a più alto impatto personale e sociale che possano esserci. Confcommercio con il suo Gruppo Giovani sono qui



per testimoniare l’importanza di questa scelta”. E il presidente nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio Matteo Musacci rileva come senza imprenditoria giovanile la cre-

scita del Paese procederebbe con il freno a mano tirato: “le imprese giovanili portano nel mercato energie, prospettive e competenze che rappresentano un irrinunciabile canale di innovazione e creatività”. (Da pagina 2 a pagina 7)



*Una due-giorni intensa
e ad alta partecipazione.
In collegamento
anche il ministro dello Sport
e dei Giovani Andrea Abodi*

*(In queste pagine alcune foto
di Federico Giusti)*



Grow Up: in Confcommercio Milano il XV Forum nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio



*Il presidente di Confcommercio
Carlo Sangalli
alle giovani imprenditrici
e ai giovani imprenditori:
portate una speranza
nel nostro Paese*



Confcommercio, giunto alla sua quindicesima edizione. Il Forum è stata l'occasione di incontro e confronto tra imprese, politica, istituzioni, mondo accademico e sociale: un momento pubblico di sintesi nel quale il Sistema dei Giovani Imprenditori ha proposto

Una partecipazione molto ampia in Confcommercio Milano per il Forum nazionale dei Giovani Imprenditori

temi e istanze utili allo sviluppo del Paese. La nuova edizione



L'intervento del ministro Andrea Abodi

Per il ministro per lo Sport e i Giovani, Andrea Abodi, "i giovani anticipano il futuro nel presente. La Repubblica, come dice l'articolo 31 della Costituzione, protegge i giovani. Oggi lo si può pensare in un modo ancora più ampio per rilanciare l'attenzione del Paese nei loro confronti. Nelle prossime settimane sarà presentato il primo ddl giovani su lavoro salute famiglia e genitorialità che riguarda sicuramente anche il vostro mondo d'impresa. Il Governo vuole andare incontro alle esigenze dei lavoratori attraverso il rispetto dell'impresa".

Il calo delle imprese giovanili: le strategie per contrastarlo. La ricerca dell'Ufficio Studi Confcommercio

ne, intitolata Grow Up, ha approfondito il tema del progredire dell'impresa nelle sue diverse dimensioni: dalla crescita dei fatturati alla crescita dell'imprenditore come persona, dallo sviluppo dei mercati alla ricerca dei capitali fino alla maturazione di una cultura aziendale evoluta. Nella prima giornata del Forum collegamento in diretta con il Ministro per lo Sport e i Giovani Andrea Abodi e l'intervento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. I lavori del Forum, introdotti dal past presi-



dent dei Giovani Imprenditori Andrea Colzani, sono stati aperti dal presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Matteo Musacci. Per le istituzioni locali nella prima giornata ha partecipato l'assessore a Istruzione, Formazione e Lavoro di Regione Lombardia Simona Tironi e nella seconda giornata l'assessore allo Sport, al Turismo e alle

▶ ▶ ▶ segue a pag. 4 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶

L'intervento del presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Matteo Musacci



Il presidente dei Giovani Imprenditori Matteo Musacci ha voluto iniziare il suo intervento ricordando Alessandro Ambrosi, il presidente di Confcommercio

Bari scomparso un anno fa. "Facciamo tutti parte della grande storia di Confcommercio e per questo vogliamo ricordare anche quest'anno il presidente di Confcommercio Bari, Alessandro Ambrosi, al quale abbiamo dedicato un Premio per Giovani Imprese del Sud a impatto sociale". "Abbiamo voluto dedicare questo XV Forum Nazionale al tema della crescita - ha rilevato Musacci - perché è il momento che ogni giovane imprenditore, di prima generazione, ma non solo, si trova ad affrontare, spesso con un senso di solitudine. Ma i dati dimostrano anche che senza imprenditoria giovanile la stessa crescita, lo sviluppo del Paese procede con il

Le conclusioni dell'intervento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Fare impresa - ha rilevato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli a conclusione del suo intervento "quando è una scelta che nasce dalle competenze e dalle idee, è una delle decisioni a più alto impatto personale e sociale che possano esserci. Il Censis, contrapponendoli al tristemente noto acronimo Neet, li chiama gli Eet (employed, educated and trained). Sono i giovani che hanno un lavoro, hanno studiato e si sono formati, e per questo portano innovazione nel sistema. Questi sono i nostri giovani imprenditori del terziario. Questi Eet siete voi. Occupati, impegnati, formati, siete voi gli Eet del nostro Paese. Anzi, voi siete i Meet: quelli che nell'incontro e nel confronto hanno trovato la loro migliore dimensione di crescita. E così facendo portate una speranza nel nostro Paese".

freno a mano tirato. Da un punto di vista innanzitutto quantitativo, se la quota di imprese giovani oggi fosse pari a quella del 2011, avremmo tra 47 e 63 miliardi di euro correnti in più di Pil, ma anche qualitativo: le imprese giovanili portano nel mercato energie, prospettive e competenze che rappresentano un irrinunciabile canale di innovazione e creatività".



Politiche giovanili del Comune di Milano Martina Riva. Il presidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Paolo



Il presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Matteo Musacci: le imprese giovanili portano nel mercato energie, prospettive e competenze che rappresentano un irrinunciabile canale di innovazione e creatività



De Nadai ha coordinato e moderato il panel "Crescere: prodotto, mercati, capitali" e la vicepresidente Danila de Stefano il dibattito "Crescere: brand, community, persone".

L'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio

In occasione del Forum è stata presentata l'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio "L'importanza dell'imprenditoria giovanile per la crescita economica".

Le imprese giovanili, dai dati riassunti nell'analisi, sono in calo. Tra il 2011 e il 2023 180.000 attività scomparse (più del 40% nel Sud Italia) con un tasso di imprenditoria giovanile sceso dall'11,9% all'8,8% ed un potenziale impatto negativo sul Pil stimato tra 47 e 63 miliardi di euro.

"L'eccezionalità economica italiana, che ha le sue fondamenta nel pluralismo territoriale e nel turismo italiano (solo nel 2023, la bilancia turistica ha registrato un saldo netto di oltre 26 miliardi di euro, e nei primi sette mesi del 2024 abbiamo già visto un incremento del 2%) – ha affermato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - si è costruita su un modello di impresa diffusa attraverso la quale, nel tempo, tantissimi italiani hanno pensato di mettersi in proprio e di realizzare un progetto di vita. Eppure, proprio questo desiderio di crescita nell'ultimo decennio sembra assopito". "Si può pensare che sia solo un tema demografico: i giovani sono percentualmente sempre meno nel nostro Paese. Ma questa spiegazione – ha seguito il presidente



di Confcommercio - non regge. Mentre i giovani sulla popolazione totale sono diminuiti del 19%, le imprese giovanili sul totale delle imprese sono diminuite del 28%".

"Tuttavia – ha aggiunto Sangalli - fare impresa è una delle decisioni a più alto impatto personale e sociale che possano esserci. Confcommercio con il suo Gruppo Giovani sono qui per testimoniare l'importanza di questa scelta".

Per contrastare il declino è necessario aumentare l'imprenditorialità giovanile, soprattutto nel terziario, settore che ha generato maggior crescita occupazionale.

"Per rivitalizzare la relazione tra giovani imprenditori e crescita economica in un orizzonte di medio e lungo periodo – ha detto il direttore dell'Ufficio Studi

Confcommercio Mariano Bella - occorre migliorare il contesto socio-economico e la demografia, incentivando la partecipazione femminile al lavoro per invertire la tendenza demografica a lungo termine; incentivare l'imprenditorialità, promuovendo l'au-

to-imprenditorialità attraverso agevolazioni fiscali, semplificazione burocratica e variabili di contesto più favorevoli; agevolare l'accesso al credito per le imprese giovanili".

In ricordo del presidente di Confcommercio Bari, Alessandro Ambrosi, assegnati i riconoscimenti del "Premio per Giovani Imprese del Sud a impatto sociale"



▶ ▶ ▶ segue a pag. 7 ▶ ▶ ▶



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Sportello Sostenibilità-ESG: una bussola per il futuro

Ogni azienda deve fare delle **scelte**.
Come identificare quelle **giuste**?

La sostenibilità è il tema principale di **oggi** e ancora più
del **domani**, essenziale per restare **competitivi** e
per **dialogare con banche, fornitori e clienti**.

Anche le PMI devono giocare un ruolo da
protagonista in campo ESG.

Lo Sportello Sostenibilità-ESG
di Confcommercio Milano offre una
consulenza personalizzata nell'ambito
delle tre dimensioni:

Ambientale (E), Sociale (S)
e di **Governance (G)**.

Valuta impatti, **rischi e vantaggi**, e ottieni
indicazioni pratiche su normative, best
practice ESG, certificazioni di qualità,
bandi e molto altro, per **individuare le**
priorità da cui cominciare.

**PRENOTA UNA CONSULENZA E
INIZIA IL TUO VIAGGIO VERSO
UN FUTURO SOSTENIBILE**



▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶

Con il presidente Matteo Musacci i Giovani Imprenditori Confcommercio, al mattino presto nella seconda giornata del Forum nazionale, hanno visitato, con la collaborazione di Sogemi, il nuovo Padiglione del Mercato Ortofrutticolo: una struttura con un'estensione di 47.000 metri quadrati di superficie costruita coperta e 15.000 mq. di superficie di pertinenza



rinnovabili con una potenza di 11,3 MWt e standard di sicurezza operativa e alimentare all'avanguardia. Riprendendo dai dati Sogemi, le prossime tappe di sviluppo del Piano Foody 2025 prevedono il completamento del Padiglione 2 Ortofrutticolo, la ristrutturazione del Palazzo Affari, la realizzazione della sede direzionale, del Centro cotture e

I Giovani Imprenditori Confcommercio all'Ortomercato milanese

con 160 baie di carico per carico e scarico merce, 102 punti vendita per 46 aziende di ortofrutta specializzate. Il Padiglione è realizzato secondo i più moderni standard tecnologici e ambientali, con un sistema di logistica centralizzato e digitalizzato per le operazioni di movimentazioni delle merci, un impianto di produzione energetica da fonti

del magazzino centrale di Milano Ristorazione, la realizzazione di una piattaforma logistica ittica e la riqualificazione dell'area di via Bonfadini. Un programma con una previsione di completamento entro la fine del 2025 e un investimento complessivo di 300 milioni di euro.

informa
Unione

Mensile di informazione
di CONFCOMMERCIO
IMPRESSE 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



Andamento economico regionale: l'iniziativa Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza con Banca d'Italia (sede di Milano)

Servizi, un terzo delle imprese in Lombardia utilizza l'intelligenza artificiale

Si consolida per le imprese del terziario l'utilizzo dell'intelligenza artificiale: il dato emerge fra le tendenze e gli indicatori che hanno fatto da scenario all'incontro di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Banca d'Italia (Sede di Milano) sull'andamento dell'economia lombarda, organizzato in Confcommercio Milano con il segretario generale di Confcommercio Milano Marco Barbieri, il direttore della Sede di Milano della Banca d'Italia Giorgio

Gobbi; le analisi sul Report regionale della Banca d'Italia – e gli aggiornamenti - con Giulia Martina Tanzi e Francesco Bripi (Divisione Analisi e Ricerca Economica Territoriale) e una tavola rotonda moderata da Sergio Luciano, direttore di Economy – con Fabio Costantini (amministratore delegato Randstad Hr Solutions); Roberto Giovannini (partner KPMG, Head on Consumer & Industrial Markets); Fabrizio Milano



Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: l'aumento degli investimenti nell'IA dimostra la capacità di futuro del nostro sistema imprenditoriale

D'Aragona (amministratore delegato Datrix Group); Andrea Pontiroli (amministratore delegato Santeria SpA); Fabio Primerano (proprietario Primestar Domus Srl).

INTELLIGENZA ARTIFICIALE: UN TERZO DELLE IMPRESE LOMBARDE GIÀ LA UTILIZZA - Intelligenza artificiale: circa un terzo delle imprese di servizi lombarde (30%) effettua investimenti in tecnologie digitali avanzate,

e oltre il 34% già la utilizza soprattutto per generare contenuti sul web. Questi dati di Banca d'Italia trovano conferma nel sondaggio che Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha condotto di recente fra le imprese: il 62% utilizza o utilizzerà a breve gli strumenti dell'intelligenza artificiale per la propria attività. In particolare: la generazione di contenuti web (26%), l'analisi predittiva (10%) e le campagne di email marketing (9%). Anche sugli investimenti c'è la conferma della tendenza: il 40% delle imprese che hanno risposto al sondaggio prevede di destinare il 10% degli investimenti per l'intelligenza artificiale.





E UN TERZO DELLE START UP INNOVATIVE SI TROVA IN LOMBARDIA - Dai dati della Banca d'Italia (2023) circa un terzo delle start up innovative è localizzato in Lombardia: sono specializzate soprattutto nelle tecnologie informatiche e nella ricerca.

dell'energia, al credito alle imprese e all'inflazione.

"I dati della Banca d'Italia – ha sottolineato Carlo Sangalli, presidente Confcommercio - confermano la forza dell'economia lombarda ormai superiore ai livelli pre-pandemia. In particolare, il turismo continua a crescere grazie alla attrattivi-

tà del brand Lombardia e con effetti positivi per gli investimenti esteri e nelle infrastruttu-

Turismo: forte consolidamento in regione nel 2023. E a Milano arrivi 2024 al + 6,5% e crescita affitti brevi al +4%

Un appuntamento - quello tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Banca d'Italia (Sede di Milano) – che si rinnova dal 2019 e che in questi anni ha toccato i maggiori argomenti d'impatto economico su Milano e la Lombardia: dalla pandemia e alle sue conseguenze anche nelle modalità di lavoro, all'effetto di guerre e crisi internazionali; dai costi

re materiali e immateriali. Molto importante soprattutto l'utilizzo, sempre più rilevante nelle imprese dei servizi, dell'intelligenza artificiale che dimostra la capacità di futuro del nostro sistema imprenditoriale".

LOMBARDIA E MILANO: GLI INCREMENTI NEL TURISMO -

Dai dati e gli aggiornamenti del Report lombardo di Banca d'Italia emerge un quadro moderatamente ottimistico: Pil a + 1,2%; i consumi reali (+0,7%) hanno avuto una crescita leggermente superiore al dato nazionale (+0,5%); diminuisce la produzione industriale (-1,2% nei primi sei mesi del 2024), è stazionario il commercio al dettaglio, aumenta il fatturato dei servizi (2,7%), ma si è fortemente consolidato il turismo lombardo con un aumento, nel 2023, di quasi 10 punti percentuali rispetto al precedente anno (con una permanenza media di 2,3 giorni). E nel 2024 – dai dati elaborati dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (fonti: Questura di Milano, PriceLabs, Ministero del Turismo) – la tendenza su Milano è, per il turismo, di un ulteriore consolidamento. La città conferma la sua capacità attrattiva: nessun mese, da gennaio a settembre, ha visto un calo degli arrivi rispetto al 2023: la media di aumento è del 6,5%. Negli affitti brevi a Milano il tasso di occupazione medio, 78%, è in crescita del 4% rispetto al 2023 come il numero delle notti gestite, oltre 350 mila e 300 (+21,5%). La durata media del soggiorno è di 2 notti.



LAVORO, INFLAZIONE E CREDITO –

Il dato lombardo del mercato sul lavoro è positivo: + 1,2% nel primo semestre di quest'anno. In crescita i servizi, in calo costruzioni e manifattura. La disoccupazione, sempre nel primo semestre 2024, è al 3,9% (minimo storico). Dopo il picco del novembre 2022 (11,2%) l'inflazione in Lombardia è calata. A settembre di quest'anno era allo 0,5% (0,8% Italia). Complessivamente la previsione per il 2024 è di un'inflazione a livello nazionale di poco superiore all'1%. Ma nel 2025 dovrebbe leggermente risalire: 1,8%. In calo il credito alle imprese: - 1,7% ad agosto su base annua (ma nel 2023 il segno negativo era maggiore. - 3,6%).



Lino Enrico Stoppani è stato riconfermato all'unanimità per acclamazione presidente di Fipe Lombardia, l'associazione regionale dei pubblici esercizi.

"Ringrazio per la rinnovata fiducia – ha dichiarato Stoppani – che mi spinge ancora di più a rappresentare un settore strategico per la Lombardia, incarnandone la storia e la tradizione, garantendo la socialità e rientrando a pieno titolo tra i protagonisti del turismo, comparto sempre più rilevante per la regione e strategico per il suo valore economico e occupazionale".

Sono 48.305 le imprese della ristorazione in Lombardia – oltre il 14% di quelle nazionali – nel 28% dei casi guidate da donne e nel 12% da giovani (elaborazione Centro studi Fipe su dati Infocamere).

Rilevante il numero degli addetti del settore: 209.494 (oltre il 50% donne) sono i soli occupati dipendenti, di cui quasi il 70% con contratto a tempo indeterminato (elaborazione Centro studi Fipe su dati Inps). Pubblici esercizi lombardi che hanno un peso significativo per l'occupazione, ma che potrebbero garantirne ancora di più: per il trimestre ottobre-dicembre 2024, secondo le rilevazioni sui fabbisogni occupazionali del sistema informativo Excelsior: le imprese del comparto sono, infatti, alla ricerca di 30.360 profili qualificati, soprattutto camerieri di sala, banconieri di bar e aiuto cuochi.

"Numeri – aggiunge il presidente Stoppani – che evidenziano la centralità delle imprese che rappresentiamo, fatte di donne e uomini consapevoli del valore che portano a città e piccoli

centri. Valore che chiama le istituzioni a due grandi responsabilità: non



Fipe Lombardia: Lino Stoppani confermato presidente

Il Comitato regionale di Fipe Lombardia:

Lino Stoppani - presidente (*Milano, Lodi, Monza e Brianza*); Giorgio Beltrami – vicepresidente (*Bergamo*); Michele Masserdotti (*Brescia*); Giovanni Ciceri (*Como*); Alessandro Lupi (*Cremona*); Marco Caterisano (*Lecco*); Giampietro Ferri (*Mantova*); Andrea Maltese (*Pavia*); Piero Ghisla (*Sondrio*); Giordano Ferrarese (*Varese*).

discriminare il nostro comparto, attraverso scelte normative non ispirate al principio 'stesso mercato stesse regole', e sostenerlo con politiche lungimiranti su investimenti e formazione, indispensabili per agganciare le nuove transizioni della sostenibilità e della digitalizzazione".

"All'orizzonte – conclude Stoppani – c'è la sfida delle Olimpiadi di Milano Cortina 2026, da intendersi non solo come occasione di business di breve periodo, ma come opportunità di aprirsi ancora di più al mondo, contribuendo ad affermare l'immagine della Lombardia all'estero".

Fondamentale ridare slancio ai consumi interni

L'ultimo "quarter" socioeconomico-2023, ancora in fase di studio preliminare, sta confermando il rallentamento dei consumi e parimenti la crescita dei depositi bancari a causa dei timori che alimentano la sfiducia e, di riflesso, rendono caute le famiglie nelle spese e le imprese negli investimenti. Per le famiglie ci sono due spauracchi portanti: la crescente difficoltà a curarsi con il sistema pubblico - una persona ogni dieci ha abbandonato le cure per impossibilità economiche, altrettanto le hanno ridimensionate le persone che avvertono il timore di doversi curare al di fuori dell'assistenza pubblica - il secondo riguarda le pensioni e l'allarme che viene lanciato sulla tenuta dei conti Inps tra 10/15 anni, il tutto in presenza di un allungamento dei tempi per la quiescenza post lavoro. A questi timori si aggiunge la fine dell'onda lunga post Covid che aveva spinto la grande maggioranza della popolazione a voler vivere e spendere essenzialmente in servizi legati a tempo libero, viaggi, ristorazione e annessi, ricettivo turistico.

Tenuto conto che il sistema manifatturiero vive una stagione di costante rallentamento da ben 9 bimestri, i consumi interni diventano perciò sempre più la componente fondamentale per evitare di scivolare in una reces-

Il punto

sione che, anche se fosse di limitate proporzioni, in ragione del nostro debito pubblico monstre, spingerebbe la speculazione a far volare lo spread e, con esso, l'entità degli interessi da riconoscere per i nostri titoli di Stato.

Per aiutare i consumi servirebbe una sostanziosa crescita dei salari del lavoro dipendente, difficilmente realizzabile, tenuto conto della minor produttività italiana e, di riflesso, redditività delle imprese rispetto a quella dei nostri concorrenti anche europei. Diventa quindi indispensabile dare corso ad uno stop nella crescita dei prezzi, che continuano in tutti gli ambiti commerciali e dei servizi, nonostante l'inflazione sia ai valori richiesti dalla Bce. Meglio ridurre di qualche punto la redditività, ma far risalire i consumi: il rischio stagflazione è dietro l'angolo.



Bruno Villois

Bruno Villois

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



Nella sessione straordinaria approvato lo Statuto

Foto di Federico Giusti ed Anna Luccisano

In Confcommercio Milano assemblea straordinaria (con l'unanime approvazione dello Statuto) e ordinaria di Epam – Fipe Milano, l'Associazione dei pubblici esercizi aderente alla Confcommercio milanese. Ai lavori assembleari - con il presidente Lino Stoppani, i vicepresidenti Fabio Acampora (vicario) e Michele Berteramo, gli organi dell'Associazione e i numerosi associati presenti - sono intervenuti l'assessore al Turismo di Regione Lombardia Barbara Mazzali e l'assessora allo Sviluppo Economico del Comune di Milano Alessia Cappello. Molto ampia la relazione del presidente Lino Stoppani con un'analisi della situazione di Milano "che cerca di guardare avanti, provando ad andare oltre ad uno sviluppo centrato sulle tante week o solo sugli eventi, investendo su un'attrattività della città capace di attrarre capitali da investire e talenti in grado di produrre innovazione", ma anche una nota di preoccupazione – vedi il caro affitti - per "il partito della rendita immobiliare, che spiega l'infernale turnover delle insegne della ristorazione e del commercio milanese, che rischia poi di rendere la città insospitale e non inclusiva,

Publici esercizi: l'assemblea di Epam



alimentando il crescente fenomeno della desertificazione commerciale". Fra i vari temi Stoppani ha anche ricordato quello del mercato del lavoro: "Il nostro settore da anni lamenta ... un forte problema di attrattività e di carenza di manodopera".



Premiate le imprese associate da 40 anni

Premiati in assemblea Epam 20 pubblici esercizi storici associati da 40 anni: Sandy Bar; Bar Picchio; Trattoria Burlaglio; Ristorante Al Porto; Trattoria Novelli; Pasticceria Di Lillo; Gran Bar Tunisia; Ristorante La Plancia; Ristorante Piero e Pia; Trattoria Isoletta; Pizzeria Trattoria La Nuvoletta Da Antonio; Albergo Ristorante Brera; Bar Tabacchi Zoia; Ristorante Pizzeria Ranch Roberta; Pasticceria Panzera Milano; Osteria Grand Hotel; Ristorante Galleria; Bar Pasticceria Magna & Bevi; Enoteca Selezione Vini; Bar Torrefazione Snail.



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**

IL SONDAGGIO Realizzato da Confcommercio

Smart working adottato dalla metà delle aziende

Non più utilizzo indiscriminato: al massimo 3 giorni e soprattutto per conciliare lavoro e vita privata

Serena Coppetti

■ Iniziato per necessità, si è diffuso per comodità, poi è stato rivisto, corretto, adattato, cancellato, oscillando tra inderogabile benefit a cla-

lizzo è profondamente cambiato. Durante la pandemia «lo smart working era esploso impattando fortemente sui flussi di entrata a Milano e creando gravi difficoltà a molte imprese commerciali, come fa nota-

non lo utilizzano più (sono il 42%). Oltre a difficoltà procedurali (22%) e mancanza di interesse (16%), c'è uno zoccolo duro (28%) che non lo ha mai adottato. Gli aspetti più critici: il gap di relazione umana (44%)

I dati del sondaggio di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (elaborati dall'Ufficio Studi) con le risposte di 555 imprese

imprese commerciali. Oggi, nel terziario, continua ad essere adottato, ma con un utilizzo ridotto di giornate e soprattutto da imprese con determinate caratteristiche e strutture organizzative. E' quanto è emerso dal sondaggio

di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

con le risposte di 555 imprenditori e imprenditori (dati elaborati dall'Ufficio Studi).

IL COMMENTO

Lavoro agile in città Bar e locali perdono il 20% del fatturato

ENRICO PAOLI

Il fascino della net è stato uno degli elementi della politica seguita dall'economia reale: borsa della spesa o no, la neutralità non si, la perfetta applica la causa-effetto. A seguito del sondaggio di Confcommercio incentrato sullo smart working nel terziario e gli effetti sulla ristorazione.

Il cosiddetto lavoro agile, ovvero la causa, viene ancora applicato dal 52% delle imprese del comparto manifatturiero - fino a 3 giorni a settimana - anche se con regole ben diverse da quelle seguite durante, e dopo, il periodo Covid. Tutto ciò, e qui siamo all'effetto, fa perdere il 20% del fatturato alle imprese della ristorazione di Milano. A spiegarlo il segretario generale della Confcommercio di Milano, Lodi, Monza e Brianza, Marco Barbieri commentando lo studio sullo smart working. «Milano sta trovando un maggiore equilibrio», afferma il dirigente dell'associazione di categoria, «evitando gli effetti distorti provocati dall'emergenza pandemica». Dunque la bilancia si avvia a rimettersi in pari, anche se quel 20% in meno dovrà comunque trovare una compensazione.

Smart working: uso più equilibrato

Il 52% lo adotta, soprattutto nelle attività dei servizi alle imprese (fino a 3 giorni alla settimana)

Smart working oggi? Sì, ma con più equilibrio. A quattro anni dal Covid, l'utilizzo di questa modalità di lavoro da remoto è infatti profondamente cambiata. Durante la pandemia lo smart working era esploso impattando fortemente sui flussi di entrata a Milano e creando gravi difficoltà a molte

«Lo smart working fa perdere il 20% del fatturato alle imprese della ristorazione nel capoluogo lombardo». Marco Barbieri (foto), segretario generale della Confcommercio di Milano, Lodi, Monza e Brianza, commenta uno studio da cui emerge che il 52% delle aziende del terziario lo applica fino a 3 giorni a settimana. «Milano - spiega - sta trovando un maggiore equilibrio, evitando gli effetti distorti provocati dall'emergenza

Milano Sos di Confcommercio: danni da smart working

SMART WORKING ADOTTATO SOPRATTUTTO NELLE ATTIVITÀ DI SERVIZI ALLE IMPRESE E FINO A TRE GIORNI ALLA SETTIMANA - Il 52% delle imprese utilizza lo smart working e quasi la metà di queste aziende appartiene al comparto dei servizi alle imprese. Fra chi applica lo smart working nella propria attività il 59% ha cominciato a farlo durante il Covid. Smart working applicato in prevalenza dai due ai tre giorni (52%) o un giorno (31%).

All'indagine hanno risposto in prevalenza (28,1%) le attività di servizi alle imprese (Ict, consulenza finanziaria, selezione del personale ecc.) mentre, fra le attività del commercio, più risposte si sono avute dal dettaglio non alimentare (10,6%). L'8,3%, invece, le risposte dai professionisti e il 7,7% dall'ingrosso non alimentare. Hanno risposto in prevalenza (73%) le imprese fino a 19 addetti e attive a Milano ed area metropolitana (75%).



SMART WORKING: PERCHE' SI' E PERCHE' NO - Fra i principali motivi che hanno portato le imprese ad adottare lo smart working prevale il miglioramento nel rapporto tra vita privata e di lavoro (il 37%). Seguono: riduzione dei costi (14%), incrementare la produttività ed attrarre/trattenere talenti (entrambe al 13%). Sempre il tema della produttività - ma al negativo - emerge, invece, come prima causa d'interruzione d'utilizzo fra le imprese (il 42% di chi ora non usa lo smart working) che dopo il periodo del Covid hanno poi scelto di non proseguire l'esperienza dello smart working: (22%). Assieme alle difficoltà procedurali (sempre il 22%) e alla mancanza d'interesse (16%).

SMART WORKING PER MOLTE IMPRESE NON UTILIZZABILE - C'è un'ampia fascia di imprese (28%) che lo smart working non lo ha mai adottato (in particolare attività al dettaglio non alimentare e attività di ristorazione).

SMART WORKING: ASPETTI CRITICI - Gli aspetti più critici dello smart working, secondo le aziende, sono: il gap di relazione umana (44%), la difficoltà nel separare il lavoro dal tempo libero (23%); la difficoltà nel saper gestire il lavoro (22%).

SMART WORKING IN FUTURO? SI' CON GIUDIZIO - Le imprese ricorreranno allo smart working in futuro? Sì assiduamente il 36%, solo occasionalmente il 30%, no il 34%.

«Dai dati è emerso chiaramente come lo smart working venga ora applicato con attenzione e non in modo indiscriminato come durante il periodo Covid. Ed anche la durata settimanale è circoscritta - ha osservato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - Oggi lo smart working viene adottato soprattutto dalle attività di servizi alle imprese che hanno individuato un loro assetto organizzativo post-pandemia». «Sul fronte del lavoro - prosegue Barbieri - Milano sta trovando un maggiore equilibrio, evitando gli effetti distorti provocati dall'emergenza pandemica. Con l'adozione massiccia dello smart working si erano create, infatti, pesanti ripercussioni sulle attività di tante imprese commerciali, in particolare quelle della ristorazione (la pausa pranzo incide per oltre il 20% del fatturato)».

SCEGLI I VANTAGGI DEL

Welfare Aziendale

Soluzioni che ti permetteranno di erogare ai tuoi dipendenti: servizi per l'**istruzione**, la **salute**, il **benessere**, il **tempo libero**, la **previdenza** con importanti vantaggi organizzativi, contributivi e fiscali per la tua azienda e **senza oneri aggiuntivi**.



Convenzioni Dipendenti

Alcune convenzioni di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza possono essere anche utilizzate come **benefit** (a costo zero per l'azienda) da mettere a disposizione dei tuoi dipendenti: vantaggi e sconti per viaggi, automobili, periodici e riviste, libri, asili nido, parchi divertimento e tante altre opportunità.

Richiedi una consulenza e prenota il tuo appuntamento personalizzato allo **SPORTELLO WELFARE GRATUITO** e consulta le Convenzioni per Dipendenti su confcommerciomilano.it



 Confcommercio Milano
 confcommercioperte
metromappa.confcommerciomilano.it


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

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

Tracciati i principali obiettivi del 2025 con uno sguardo all'evoluzione del contesto economico/finanziario

Presso l'Hotel Metropole Suisse di Como si è svolta la 12° Convention annuale di Asconfidi Lombardia (vedi box n.d.r.).

Per questo 2024, come stimato da Banca d'Italia, la riduzione di credito alle imprese si attesterà oltre il -3%, ma è prevista una ripresa già a partire dal gennaio del prossimo anno.

“Il ruolo dei Confidi è e dovrà essere sempre più centrale nel sostegno alle micro e piccole imprese, che costituiscono l'ossatura del nostro sistema economico” ha affermato Carlo Alberto Panigo, presidente del Consiglio di Sorveglianza di Asconfidi Lombardia.

“Affiancarci al sistema bancario, fornendo le garanzie là dove le condizioni rendano difficile l'accesso al credito – ha proseguito - è la nostra missione. Ma in un contesto di cambiamenti così importanti anche per il sistema bancario europeo, il nostro obiettivo deve essere quello di potenziare la gamma di servizi alle imprese associate. Servizi che vanno dalla consulenza finanziaria alla ristrutturazione del debito, passando per la finanza agevolata. È necessario aiutare le imprese a sviluppare una gestione finanziaria più consapevole e a immaginare piani di espansione e investimento”.

Enzo Ceciliani, presidente del Consiglio di Gestione, ha offerto una panoramica sull'andamento dei risultati di Asconfidi Lombardia. “Il nostro ruolo di affiancamento al sistema bancario – ha detto - deve proseguire e ulteriormente rafforzarsi per supportare le micro e piccole imprese nell'accesso al credito. L'obiettivo è quello di essere sempre più partner irrinunciabile nel nostro segmento di mercato”. “Il nostro posizionamento – ha proseguito - è evidente anche dalla dimensione dei finanziamenti; oggi il taglio medio si attesta intorno ai 100.000 euro, mentre per i finanziamenti diretti ci assistiamo sui 20.000 euro”.

“Questo - ha puntualizzato Ceciliani - ci dà la dimensione

un 2023 positivo che ha visto un utile di oltre 300.000 euro (+37% sul 2022), i dati della semestrale mostrano, nonostante il contesto economico, una resilienza non indifferente con utili per oltre 100.000 euro con il numero di pratiche che rimane stabile rispetto al 2023. Da evidenziare che l'aumento sensibile per gli stock di garanzie al 31 agosto, 41,1 mln contro i 40 del 2023 e per i crediti diretti che passano da 7 a 7,2 mln.

“La resilienza che ci mostrano i primi dati del 2024 devono farci guardare con fiducia al prossimo anno. Un ritorno alla 'normalità' che ci deve vedere impegnati in una crescita uniforme su tutto il territorio, per sostenere la rete, il tessuto delle imprese e il loro sviluppo” ha concluso Ceciliani. Ceciliani ha poi ribadito il ruolo strategico di Asconfidi Lombardia nel supportare Regione Lombardia, quale attivatore delle politiche regionali sul credito per uno sviluppo omogeneo a livello territoriale delle imprese lombarde. (ADC)

ASCONFIDI LOMBARDIA - Asconfidi Lombardia, iscritta nell'Albo ex art. 106 del Testo Unico Bancario dal 26/10/2016, è un Confidi che, dal 2009, accompagna al credito le micro, piccole e medie. La Società, grazie al supporto dei Confidi Soci distribuiti in 10 province lombarde oltre che sui territori del Novarese e del Veronese, offre credito e finanziamenti alle imprese a tasso agevolato, tramite convenzioni con i migliori istituti bancari e la cooperazione con le principali istituzioni, tra cui il Fondo di Garanzia per le Pmi.



dell'importanza del sostenere piccoli interventi finanziari che, nella realtà delle cose, hanno un ruolo determinante per sostenere la crescita delle imprese”. Sono stati illustrati i risultati parziali del 2024: a fronte di

La convention di Asconfidi Lombardia

Nel 2025 previsto un allentamento della stretta creditizia



ASCONFIDI LOMBARDIA - Asconfidi Lombardia, iscritta nell'Albo ex art. 106 del Testo Unico Bancario dal 26/10/2016, è un Confidi che, dal 2009, accompagna al credito le micro, piccole e medie. La Società, grazie al supporto dei Confidi Soci distribuiti in 10 province lombarde oltre che sui territori del Novarese e del Veronese, offre credito e finanziamenti alle imprese a tasso agevolato, tramite convenzioni con i migliori istituti bancari e la cooperazione con le principali istituzioni, tra cui il Fondo di Garanzia per le Pmi.

A Milano l'alta formazione post-diploma dà lavoro, entro i sei mesi, ad oltre il 70% degli allievi



Foto in queste pagine anche di Federico Giusti ed Anna Luccisano

corsi di Hotel Manager, Manager culturale per lo sviluppo del territorio, Manager dei grandi eventi, Manager del turismo travel specialist, Tecnico superiore di manufatti di alta orfe-

I 10 anni di ITS Academy Innovaprofessioni L'evento celebrativo in Confcommercio Milano

Si è svolto in Confcommercio Milano l'evento per celebrare i 10 anni d'attività di Innovaprofessioni, l'ITS Academy (a Milano in viale Murillo 17) di riferimento del Sistema Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e lombardo per l'alta formazione post diploma nei beni e attività culturali, nel turismo e nell'alto artigianato artistico. L'appuntamento – con il presidente di ITS Academy Innovaprofessioni Simonpaolo Buongiardino - è stato aperto dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli con la partecipazione del ministro dell'Istruzione e del Merito Giuseppe Valditara, dell'assessore all'Istruzione, Formazione e Lavoro di Regione Lombardia Simona Tironi, dell'assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello e del presidente di Rete ITS Italy Guido Torrielli. Nel corso dell'evento si è svolto un incontro tra allievi, diplomati, testimonial e docenti dei corsi ITS intervistati da Giovanni Di Giacomo, content creator, presentatore e docente di public speaking: l'occasione per la presentazione dei



*In viale Murillo 17
l'ITS Academy di riferimento
del sistema Confcommercio
MiLoMB e lombardo*

ceria Made in Italy, Tecnico superiore delle tecnologie digitali per le produ-

zioni di alta orficeria e Tecnico dell'arte orologiera. ITS Academy Innovaprofessioni, fondata nel 2014, è promossa dal CAPAC Politecnico del Commercio e del Turismo in collaborazione con i più importanti centri di formazione professionale lombardi, istituti tecnici e professionali statali, l'Università Cattolica, agenzie per il lavoro, imprese e siste-

Eccellenza formativa per beni e attività culturali, turismo e alto artigianato artistico. In 10 anni di attività 21 corsi ITS e 20 corsi IFTS per 62 mila ore di attività didattiche. Fino ad oggi formati oltre 1.500 allievi. 17 nuovi corsi per il biennio 2024-2026

ottenuti in questi primi dieci anni in termini di preparazione e posti di lavoro sono di grande rilievo. Ma soprattutto sono



la migliore dimostrazione della validità di questa ITS Academy di riferimento del sistema Confcommercio in collaborazione con le istituzioni del territorio". "Ci aspettano sfide impegnative. Nuove tecnologie, globalizzazione e transizione ecologica stanno imprimendo cambiamenti veloci e radicali. Proprio per questo - ha rilevato

ma associativo Confcommercio MiLoMB. In dieci anni di attività sono stati realizzati 21 corsi ITS (diplomi biennali) e 20 corsi IFTS (corsi di specializzazione annuali) per un totale di 62.000 ore di attività didattiche erogate tra lezioni, laboratori, esperienze in azienda e tirocini. Complessivamente, fino ad oggi, sono stati formati oltre 1.500 allievi e altri 17 nuovi corsi sono previsti per il biennio 2024-2026.

I principali settori di formazione post diploma in cui opera l'ITS Academy Innovaprofessioni sono: grandi eventi, cultura e spettacolo, ospitalità e accoglienza turistica, turismo organizzato, food & beverage, servizi digitali per il turismo, orologeria e oreficeria. Sono circa 450 le imprese di questi settori con le quali ITS Academy Innovaprofessioni ha collaborato fino ad oggi.

A sei mesi dal conseguimento del titolo di studio, il 71% degli allievi è occupato stabilmente con un lavoro coerente con la preparazione ricevuta (con punte del 100% in alcuni corsi ITS).

"ITS Academy Innovaprofessioni - ha sottolineato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - è un importante ponte tra il mondo della formazione e quello delle imprese. I risultati

Sangalli - sarà sempre più necessaria la dimensione della formazione continua in raccordo con il sistema imprenditoriale che Innovaprofessioni sta portando avanti con successo".

"Dal 2014, quando ITS Academy Innovaprofessioni è stata fondata - ha affermato il presidente di ITS Academy Innovaprofessioni Simonpaolo Buongiardino - abbiamo vissuto un percorso di crescita straordinario, segnato da sfide superate grazie al lavoro di squadra e alla collaborazione con il mondo delle imprese e delle istituzioni". "Il nostro obiettivo - ha proseguito Buongiardino - è da sempre formare talenti offrendo loro gli strumenti necessari per entrare con successo nel mondo del lavoro e per contribuire alla crescita e allo sviluppo del nostro territorio".

A Palazzo Marino (Comune di Milano) sono state presentate le iniziative per il 50esimo della Caritas Ambrosiana: momento clou domenica 15 dicembre. Alle 17.30, l'arcivescovo di Milano, monsignor Mario Delpini, presiederà in Duomo una messa per operatori, responsabili e volontari Caritas. Poi le celebrazioni si trasferiranno al Teatro alla Scala. Nel Ridotto Toscanini verrà offerta una cena – grazie alla disponibilità di Confcommercio Milano, Promo.Ter Unione e Apeca Associazione Ambulanti – a 300 operatori e utenti Caritas. che insieme a donatori e altri soggetti che cooperano con Caritas, potranno poi assistere a un concerto straordinario con la storica “prima” della Cappella Musicale del Duomo sul palcoscenico della Scala, con l'esecuzione della Missa Papae Marcelli, capolavoro della polifonia rinascimentale, di Giovanni Pierluigi da Palestrina (1567).

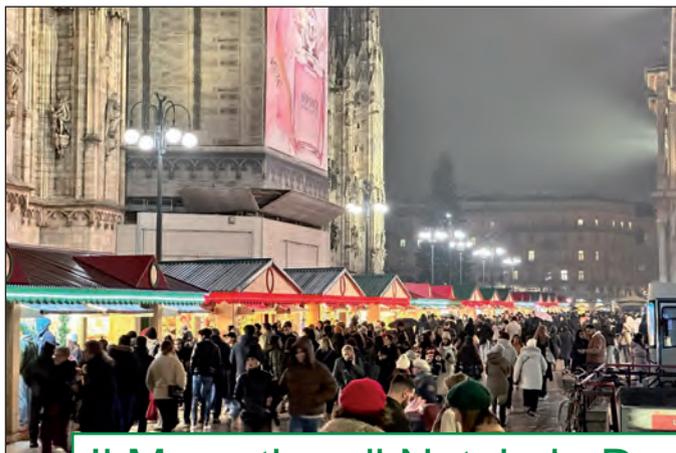
“Milano – ha affermato il segretario generale della Confcommercio milanese Marco Barbieri - sa

unire attrattività a solidarietà. L'evento di domenica 15 dicembre alla Scala lo conferma. Grazie alla cena che precede il concerto, offerta a 300 operatori e utenti Caritas, si esprime la piena vicinanza del commercio a chi, nella nostra città, è più in difficoltà e trova in Caritas un aiuto prezioso. L'iniziativa è promossa dagli operatori del Mercatino di Natale in Duomo (con Promo.Ter ATI e Apeca



In occasione del cinquantesimo Il 15 dicembre alla Scala cena a utenti e operatori Caritas grazie al Mercatino di Natale in Duomo

Associazione Ambulanti), manifestazione che è tra i punti cardine dell'attrattività del periodo natalizio milanese (*vedi box n.d.r.*) e rappresenta una tra le maggiori realtà fra i mercatini natalizi italiani. Il momento conviviale si svolgerà in uno spazio simbolo di Milano nel mondo, com'è il Teatro alla Scala, e rappresenta un'ulteriore occasione di collaborazione con Caritas, nel solco delle iniziative di solidarietà da anni sviluppate da Confcommercio con il Mercatino di Natale in Duomo”.



Il Mercatino di Natale in Duomo dall'1 dicembre al 6 gennaio

Il Mercatino di Natale in Duomo (*foto 2023 di Mattia Dognini e Federico Giusti*), appuntamento consolidato e di grande richiamo attrattivo per Milano –con l'eccellenza nei prodotti tipici dell'artigianato tipico, dell'alimentare e del non alimentare



Momento ufficiale inaugurale il 6 dicembre

- ma anche “motore” di contributi con finalità benefiche, parte il 1° dicembre per proseguire fino al 6 gennaio. Il 6 dicembre è previsto il momento inaugurale ufficiale sul retro del Duomo presso la tradizionale casetta allestita di Babbo Natale. Il Mercatino di Natale in Duomo è organizzato, con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, da Apeca (ambulanti) e Promo.Ter ATI con Prisma.

In Confcommercio Milano "NetRetail 2024 – Gli acquisti digitali degli italiani (e dei milanesi)", evento organizzato da Netcomm e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza in occasione della Milano Digital Week 2024.

All'appuntamento sono intervenuti Roberto Liscia, presidente Netcomm; Marco Barbieri, segretario generale Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza;

Giacomo Fusina, amministratore delegato Human Highway; Paola Generali, presidente EDI

Confcommercio e Assintel; Andrea Pozzi, head of Banking and payments Banca Sella; Alessandro Palumbo, Confconsumatori.

Nell'evento il focus sulla ricer-

ca Netcomm NetRetail 2024 (realizzata in collaborazione con BRT, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, EDI Confcommercio, FiloBlu, Magnews, Oney e Banca Sella) con l'analisi dei dati relativi ai comportamenti di acquisto online dei consumatori italiani, con un approfondimento sull'area milanese (vedi anche *Unioneinforma di giugno alle pagine 15 e 16 n.d.r.*).

Nell'area metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza sono quasi 3 milioni gli acquirenti online di beni e servizi (dati primo trimestre 2024).

L'importo di spesa supera i valori della media nazionale: lo scontrino medio degli acquisti online dei residenti del territorio è del 21% in più per gli acquirenti sporadici e del 26% in più per gli acquirenti abituali.

Il trend di acquisto online a Milano, Lodi e Monza Brianza vede una maggiore incidenza di beni e servizi digitali (comprensivi dell'acquisto di biglietti di viaggio, ticket per eventi, food delivery e servizi assicurativi).

Le categorie merceologiche più coinvolte nel digital retail (dati



In Confcommercio Milano con Netcomm gli acquisti digitali degli italiani (e dei milanesi)

LA RICERCA Realizzata da Netcomm con Confcommercio

Salute, spesa, abbigliamento In 3 milioni comprano online

Acquisti digitali, spinti soprattutto dalla convenienza: i milanesi sono il 26% in più rispetto al resto del Paese

35,6% è la percentuale di acquisti digitali nel settore legato alla salute e al benessere da parte dei milanesi

33,3% è la percentuale dei milanesi che utilizza la carta di credito per fare compere on line

ultimo semestre) sono salute e benessere, con un valore di incidenza del 35,6%, in aumento dello 0,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, spesa alimentare (34,8%),

abbigliamento (32,6%), rispettivamente in aumento dell'1,4% e del 2,1% rispetto al 2023.

Quasi 3 milioni gli acquirenti online nell'area metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza



La ricerca Netcomm NetRetail 2024 è una collaborazione importante per Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza ed EDI Confcommercio

Metodi di pagamento - La carta di credito è il metodo di pagamento più utilizzato per gli acquisti online (33,3%), seguita da PayPal (31,9%) e dalla prepagata (17,2%). Rispetto al totale nazionale, a Milano, Lodi e Monza Brianza si osserva un maggiore utilizzo della carta di credito per il pagamento online a discapito di tutte le altre forme di pagamento, in particolare dell'utilizzo della carta prepagata. La convenienza è uno dei principali driver per il 36,3% degli acquirenti, seguita dall'abitudine alla navigazione, l'efficienza e il risparmio di tempo.

L'influenza del digitale sull'acquisto offline - I consumatori delle aree di Milano, Lodi e Monza Brianza hanno sviluppato una consuetudine all'omnicanalità superiore alle altre aree d'Italia quando si tratta di digitale al servizio degli acquisti offline.

La ricerca Netcomm NetRetail è una collaborazione importante per Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ed EDI Confcommercio che già da tempo forniscono supporto alle imprese con lo Sportello SPIN per sviluppare le vendite multicanale.

La quota di acquisti in negozio orientati da almeno un touchpoint digitale ammonta al 44,6% del totale degli acquisti in store, per le aree di Milano, Lodi e Monza Brianza: un valore in crescita del 3,5% rispetto al 2023 e più alto del 5,7% rispetto all'incidenza dell'online sull'offline in tutto il Paese.

Da 126 intermediari le risposte sul terzo trimestre 2024 e le previsioni per quest'anno nel sondaggio con i dati elaborati dall'Ufficio Studi di Confcommercio MiLoMB



FIMAA Milano Lodi Monza Brianza Il sentiment del mercato immobiliare

Nel terzo trimestre del 2024 diminuiscono gli scambi nel mercato immobiliare in particolare per il non residenziale: lo rileva il sentiment di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza con i dati emersi dal sondaggio che l'Associazione degli agenti immobiliari e merceologici (aderente a Confcommercio MiLoMB) ha realizzato con le risposte di 126 intermediari immobiliari: l'82% da Milano e area metropolitana, il 14% da Monza Brianza, il 4% da Lodi e Lodigiano. I dati del sentiment FIMAA MiLoMB sono stati elaborati dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Compravendite

Numero di scambi - La diminuzione del numero delle compravendite si distribuisce in particolare sugli uffici (segnalata dal 49%); per negozi (44%) e capannoni (40%) si percepisce in egual misura stazionarietà e diminuzione. Stazionario l'andamento del residenziale (45% domanda, 42% offerta con una diminuzione degli scambi complessivamente indicata dal 36% degli operatori).

Gli appartamenti più richiesti - Le tipologia più richiesta sul mercato di Milano, Monza Brianza, Lodi è il trilocale (indicato dal 55% degli operatori immobiliari) seguita dal bilocale (34%). A Milano città è più equilibrata la richiesta di trilocali (48%) e bilocali (42%). A Lodi città è paritaria la richiesta fra trilocali e quadrilocali (50%). A Monza città le richieste fra trilocali (34%), bilocali (33%) e quadrilocali (33%) di fatto si equivalgono.

Finalità d'acquisto - La finalità dell'acquisto è l'uso diretto personale (78%), il 22% per investimento. A Milano città l'acquisto dell'immobile per investimento è più rilevante: 27%, così come a Lodi città: 35%.

L'offerta sul mercato - Nelle abitazioni l'offerta sul mercato è per lo più stazionaria (rilevata dal 42% degli operatori immobiliari), anche se si rileva un aumento importante di immobili invenduti. Anche per uffici, negozi e capannoni l'offerta è stazionaria.

I prezzi - Stabili i prezzi per abitazioni, uffici e capannoni: lo rileva il 58% degli operatori per le abitazioni, il 53% per i capannoni, il 51% per gli uffici, in particolare nell'area metropolitana di Milano e totale nella provincia di Lodi. Per i negozi si registra una diminuzione dei prezzi (il 44% dei rispondenti) in particolare a Lodi provincia (50%) e area metropolitana di Milano (29%).

Gli sconti - Nelle abitazioni lo sconto medio applicato è fra il 5 e il 10% così come per uffici e negozi. Più alto lo sconto medio applicato per i capannoni: 15%.

Come acquistare - Il mutuo (47%) è la modalità più frequente di finanziamento per l'acquisto dell'immobile seguito dalla vendita di una vecchia casa (32%) e dai risparmi (21%).

Necessari più appuntamenti per vendere - Aumenta il numero di appuntamenti necessari agli intermediari immobiliari per poter vendere: nelle abitazioni lo rileva il 54% degli operatori, nei negozi il 34%. Per gli uffici si equivalgono aumento e stazionarietà (entrambi al 36%).

Tempi di vendita - La maggioranza degli operatori indica un aumento dei tempi di vendita per tutte le tipologie: 57% uffici; 56% negozi; 55% abitazioni; 44% capannoni.

Strumenti più efficaci per avvicinare i potenziali clienti - Il sito/web sia per generare vendite (74%) o contatti (66%). Seguono, a netta distanza, i social e i classici cartelli.

Compravendite: le previsioni

Numero di transazioni - Per il 2024 nel suo complesso la previsione degli operatori è prevalentemente di un dato stazionario (43% abitazioni; 48% uffici; 47% negozi; 40% capannoni). Anche se i tassi d'interesse sono in discesa, l'accesso al credito resta una delle motivazioni principali che condiziona il mercato degli immobili residenziali.

Andamento dei prezzi - Indicazione su Monza Brianza e Lodi: prevista la stabilità nei prezzi nel 2024. Per abitazioni, uffici, negozi e capannoni in particolare nella provincia di Lodi (100%) e nella città di Monza per le abitazioni (73%).

Gli sconti - Soprattutto per abitazioni (60%), uffici (44%) e capannoni (41%) gli operatori indicano stabilità negli sconti medi applicati.

Il commento

Per Marco Zanardi (foto) consigliere FIMAA MiLoMB con delega all'Ufficio Studi "Il terzo trimestre del 2024 è stato caratterizzato da una stazionarietà della domanda e dell'offerta nel residenziale per quanto riguarda sia il numero delle transazioni sia i prezzi. Una prima flessione per negozi, uffici e capannoni. Aumento della presenza sul mercato di immobili invenduti dovuto al mancato accordo fra le parti con conseguente diminuzione degli scambi. Trilocale e bilocale la tipologia più richiesta a Milano città, quadrilocale nelle province e nelle periferie ben servite dai collegamenti. In continuo aumento la domanda e i prezzi nelle locazioni. Si prevede un andamento simile anche per il quarto trimestre 2024 con probabili tempi di attesa più lunghi nelle compravendite e conseguente adeguamento dei prezzi di vendita tendenzialmente calmierati".



Locazioni

La domanda di affitti... - Aumenta la domanda di affitti per le abitazioni: lo indica il 71% degli operatori immobiliari. Non accade lo stesso per uffici, negozi e capannoni dove prevale la stazionarietà (aumenti indicati per l'area metropolitana di Milano: 34% e Milano città: 27%).

...e l'offerta – Gli immobili destinati a locazione abitativa rimangono stazionari (35%) o diminuiscono (sempre 35%). Resta stazionaria anche l'offerta per uffici, negozi e capannoni soprattutto a Milano città (65%) e a Monza e provincia (67% e 68%)

Il numero di locazioni – Indicato in crescita dagli operatori il numero delle locazioni residenziali (42%), stabile per il non abitativo (uffici 49%, negozi 47%, capannoni 44%).

I canoni di locazione – I canoni di locazione per le abitazioni sono in aumento (tendenza rilevata dal 66% degli operatori che diventa 100% a Monza e Lodi città e in provincia di Lodi; il 71% in provincia di Monza Brianza).

Gli immobili residenziali più richiesti in affitto – Il pentalocale (100%) e il trilocale (92%) per l'uso diretto personale. Monolocale (79%) e bilocale (59%) come investimento.

Immobile a reddito: come tipo di contratto prevale quello a canone libero (58%).

Locazioni: le previsioni

Numero di locazioni - Per il 44% degli operatori vi sarà stazionarietà del numero di affitti per abitazioni.

Andamento dei canoni di locazione – Per le abitazioni i valori dei canoni d'affitto sono in crescita per quest'anno (secondo il 46% degli operatori). Aumento indicato, in particolare, per l'area metropolitana di Milano (77%). Per gli uffici in particolare (53%), ma anche per negozi (47%) e capannoni (42%) i valori resteranno invece stabili.

*In Confcommercio Milano
l'Assemblea ha rinnovato le cariche sociali*

Librai: Fabio Lagiannella nuovo presidente di Ali Milano

E' Fabio Lagiannella (Libreria Mi-Bookstore) il nuovo presidente di Ali Milano, l'Associazione dei librai. Lo ha eletto l'Assemblea di Ali Milano, svoltasi in Confcommercio Milano. L'Assemblea ha rinnovato il Consiglio direttivo che sarà portavoce delle istanze politico sindacali del settore nei prossimi anni.

Assieme al presidente Lagiannella, il Consiglio direttivo di Ali Milano è composto da Anita Barrella (Librerie Feltrinelli); Amanda Colombo (Galleria Del Libro); Caterina Magni (Veneto Libri); Ivo Eugenio Miotto (Lumi Librerie); Francesco Riganti (Librerie Mondadori); Manuela Patrizia Stefanelli (Libreria Hoepli); Giorgio Tarantola (Libreria Tarantola).

"Ringrazio il presidente uscente, Piero Fiechter, per il grande lavoro svolto in questi anni e mi auguro, insieme al Direttivo, di contribuire in modo altrettanto significativo al nostro settore, nel solco di quanto tracciato da chi ci ha preceduto – ha affermato il nuovo presidente di Ali Milano Fabio Lagiannella

– la nostra priorità sarà quella di valorizzare la figura del libraio, anche attraverso un lavoro costante e quotidiano di

tessitura d'una rete di relazioni tra i librai che operano sul territorio e i referenti pubblici istituzionali".

A Milano città sono attive circa 200 librerie alle quali si aggiungono le oltre 240 librerie della Grande Milano. Nel capoluogo lombardo si concentra il 12% della spesa nazionale in consumi culturali (ben oltre la percentuale della popolazione residente – 2,3% - in rapporto al totale della popolazione italiana) e il 28% del fatturato dell'editoria è realizzato in Lombardia (fonte: Osservatorio Aie - Associazione italiana editori).



L'evento in Confcommercio Milano



Marketing & Consumer Insight Specialist – Sodexo.

Il secondo panel con Silvia Bassino, HR Director - Fiera Milano; Andrea Valenti, Cfo & HR legal - Nacon Studio Milano; Cecilia Maria Adinolfi, Researcher - Spice Research; Simone Colucci, Chief Growth Officer – Lotrek. Ha moderato Susanna Gonnella - Founder e Ceo di MyNoiLab srl - abilitiamo il cambiamento.

Per il mondo del lavoro, rileva Asseprim, si ridisegna un rinnovato scenario, dove quattro sono i driver che stanno guidando il cambiamento:

mobilità, sostenibilità, connettività e demografia. Il cambiamento nel mondo del lavoro comporta, inoltre, nuovi bisogni per il

“Il lavoro del futuro nella città del futuro”
Asseprim alla Milano Digital Week 2024

In occasione della Milano Digital Week 2024 in Confcommercio Milano Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, ha organizzato l'evento "Il lavoro del futuro nella città del futuro: nuovi trend, nuove professioni, nuove competenze, nuovi modelli organizzativi": un approfondimento su come le nuove tecnologie, la digitalizzazione e la sostenibilità stiano cambiando il mondo del lavoro.

Due i panel: il primo con Emilio Colombo, professore ordinario e coordinatore - Randstad Research Institute; Emmanuel Piona, capo Segreteria Assessorato Formazione, Istruzione e Lavoro Regione Lombardia; Barbara Trabucchi, HR Director e DE&I ambassador - Ipsos Italia; Annalisa Cannistrà,



Umberto Bellini,
presidente Asseprim



lavoratore: non solo welfare, ma anche wellbeing. Dai dati d'aggiornamento di Asseprim Focus (l'Osservatorio economico dei servizi professionali all'impresa realizzato da Asseprim con Format Research) il clima di fiducia sull'occupazione ha registrato un lieve calo,

con un saldo occupazionale sceso al 52% rispetto al 54% del secondo semestre 2023, pur mantenendo una prospettiva di stabilità per il futuro. Uno dei fattori più rilevanti riguarda le difficoltà nel reclutamento. Il 29% delle imprese ha avviato iniziative per la ricerca di nuovo personale, ma il 64% di queste sta incontrando ostacoli, soprattutto per la carenza di competenze specializzate. In particolare, l'88% delle aziende segnala la scarsità di personale con le competenze richieste e il 37% lamenta una forte competizione con altre imprese nella ricerca di risorse qualificate.

Un altro tema chiave è la diffusione dello smart working, adottato dal 41% delle imprese dei servizi professionali, con il 68% che lo prevede per almeno due giorni alla settimana. Tuttavia, emergono anche criticità legate all'assenza di con-

*Umberto Bellini,
presidente Asseprim:
il mercato del lavoro richiede
nuove competenze digitali
e approcci organizzativi
innovativi*



(Una foto di Andrea Turilli)

tatto umano e alla gestione a distanza, aspetti che il 72% delle aziende identifica come problematiche da risolvere.

"In questo contesto di profonda trasformazione, le imprese devono adattarsi rapidamente a un mercato del lavoro che richiede nuove competenze digitali e approcci organizzativi innovativi. A questo proposito, risulta evidente come le competenze trasversali e le 'digital skills' siano fondamentali per il futuro" ha dichiarato Umberto Bellini, presidente di Asseprim.



Dismamusica: il Bonus Cultura include finalmente gli strumenti musicali

Grande soddisfazione in casa Dismamusica. Dopo avere presentato in sede istituzionale già lo scorso anno alla Camera dei deputati con l'onorevole Alberto Gusmeroli un documento che evidenziava l'importanza dello strumento musicale, inspiegabilmente escluso dai bonus previsti dalla normativa vigente, Dismamusica raccoglie adesso i frutti di quella richiesta.

Come già anticipato dal presidente della Commissione Cultura del Senato Roberto Marti l'11 settembre, in occasio-

ne della presentazione al Senato dell'Osservatorio Dismamusica 2024, con l'approvazione dell'emendamento a



prima firma Marti nell'iter di conversione della

Legge 7 ottobre 2024 n. 143, sarà infatti possibile utilizzare la 'Carta del docente', la 'Carta della cultura giovani' e la 'Carta del merito' anche per l'acquisto di strumenti musicali. Dismamusica, nell'esprimere soddisfazione per questo obiettivo, prosegue nel proprio impegno finalizzato all'ottenimento anche di nuove norme incentivanti l'acquisto di strumenti musicali da parte degli studenti di musica.

Dario Bossi vicepresidente vicario

Completate dal Consiglio le cariche sociali di 50&Più Milano (vedi *Unione Informa* di maggio a pagina 17 n.d.r.): vicepresidente vicario (che, da nuovo statuto siederà nel Consiglio nazionale) Dario Bossi, proposto dal presidente Sangalli, è stato eletto all'unanimità. Il nuovo board milanese è, dunque, così composto: presidente Carlo Sangalli, vicepresidente vicario Dario Bossi; vicepresidenti: Donatella Galli, Maria Gabriella Paleari, Giuseppe Legnani e Oreste Vaghi; Consiglieri: Luigi Alemani, Duilio Aragone,

50&Più Milano Completate Le cariche sociali



Dario Bossi con il presidente 50&Più e Confcommercio Carlo Sangalli (foto di Benedetta Borsani)

Carmen Brambilla, Angelo Galli, Gianna Gerli, Lionella Maggi, Carla Magni, Roberto Marchesi e Antonio Monzino. (BB)

Commercio chimico

AssICC a "Paint & Coatings"



A "Paint & Coatings", la fiera rivolta a tutti gli operatori coinvolti nella formulazione, fornitura, impiantistica, produzione e distribuzione di vernici, rivestimenti, adesivi e sigillanti, svoltasi presso il Centro Congressi NH di Milanofiori ad

Assago (Milano), AssICC, l'Associazione italiana commercio chimico, oltre ad essere presente con uno stand, è stata attiva con eventi tecnico-scientifici svoltisi in fiera: "Il fenomeno del greenwashing: cosa c'è da sapere"; "Garantire prodotti sostenibili sul mercato europeo"; "Regolamento CLP: le novità, l'etichettatura e la notifica PCN"; "Controlli REACH e CLP: obiettivo conformità".

CON ASSICC GREEN FOCUS "SOSTENIBILITÀ: OPPORTUNITÀ E STRATEGIE PER LE AZIENDE" - Mercoledì 20 novembre (ore 14) AssICC organizza a Milano, nell'ambito della fiera Making Cosmetics - in-Vitality, il Green Focus dal titolo "Sostenibilità: opportunità e strategie per le aziende". La sostenibilità è diventata, come conseguenza della spinta normativa europea, una priorità assoluta per le imprese che devono integrare opportune strategie nei propri modelli di business e rappresenta un'opportunità strategica per una crescita solida nel futuro, oltre che una responsabilità etica. Investire in pratiche sostenibili offre un vantaggio competitivo chiave che può decidere il successo di un'azienda in un mondo in rapida evoluzione. L'evento è gratuito e si svolge presso Allianz MiCo - Hall 4 Gate 5 viale Scarampo. (SM)

Registrarsi sul sito della fiera:

<https://app.booking-event.it/list/making-cosmetics-in-vitality-2024>



In occasione della Milano Digital Week 2024 evento in

Confcommercio Milano promosso da Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict e digitali, dedicato a

“Proteggiamo le pmi con la nuova piattaforma gratuita”. I dati dell'Assintel Cyber

Report confermano che anche nel primo

semestre 2024 le vittime di attacchi ciber-

netici per il 73% sono state le imprese con

meno di 100 dipendenti; e il 20% delle

vittime rientra nel retail e nei servizi. Nel

medesimo periodo è stata riscontrata una

media mensile di più

di 3.500 vulnerabilità. Assintel e Comune di Milano collaborano in tema di cybersecurity mettendo a disposizione delle imprese e dei cittadini la

piattaforma di Threat Infosharing che permette di identificare in anticipo le nuove evoluzioni delle minacce cyber (vedi Unione informa di ottobre a

pagina 26 n.d.r.). All'iniziativa nella Veranda Liberty in Confcommercio

Milano ne hanno parlato Paola Generali, presidente di Assintel; Layla Pavone, responsabile Coordinamento Board Innovazione Tecnologica e

Trasformazione digitale del Comune di Milano; Pierguido Iezzi, coordinatore Cyber Think Tank Assintel; Selene Giupponi, segretario generale e

founder di Women4Cyber Italy.



Iniziativa Assintel in Confcommercio Milano per la Milano Digital Week: foto di Anna Luccisano e Silvia Migliavacca



“Proteggiamo le pmi con la nuova piattaforma gratuita” L'appuntamento di Assintel alla Milano Digital Week



L'ampliamento di Scalo Milano



Scalo Milano Outlet & More (Locate Triulzi) ha inaugurato una nuova area con spazi polifunzionali per eventi, coworking e asilo nido oltre a quelli per lo shopping più tradizionale (all'inaugurazione è intervenuto anche il segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Marco Barbieri). Oltre 9

mila metri quadrati che si aggiungono ai 35mila già esistenti per un totale di 44 mila metri quadrati di superficie. Un esem-



Scalo Milano: foto di Mattia Dognini

pio di “rigenerazione extra-urbana” che ha saputo valorizzare un'area in disuso in ottica inclusiva e smart. Una visione, portata avanti dal gruppo Lonati con l'ad Davide

Lardera, che ha trasformato un progetto imprenditoriale in una best practice.

Intelligenza artificiale: se ne è discusso in occasione del convegno autunnale di Assofermet (l'Associazione nazionale dei commercianti in ferro e acciaio, metalli non ferrosi, rottami ferrosi, ferramenta) con ospiti che hanno parlato delle novità più interessanti relative all'AI nel contesto normativo e imprenditoriale.

Il convegno autunnale Assofermet è stato moderato da Giampaolo Rossi, Ceo e Founder della Fabbrica di Lampadine. I relatori sono stati Giuseppe De Ruvo, collaboratore di Limes; Laura Li Puma, responsabile Applied Research and Innovation Hubs di Intesa Sanpaolo Innovation Center; Pietro Orciuolo, Head of ESG Technologies di Tinexta Cyber; Giusi Fiorentino, Ceo di AIM – Artificial Intel-



di determinati processi, generando un risparmio di 1.400 ore all'anno.

Passando al settore siderurgico, Danieli Automation ha presentato alcuni esempi di soluzioni nell'ambito della produzione di acciaio da forno elettrico. A monte del processo sono stati sviluppati sistemi intelligenti che supportano gli operatori nell'individuazione di rottame non processabile che non deve essere immesso nel processo produttivo. Altri sistemi intelligenti di

ligence Monitoring; Loris Busolini, R&D Manager di Danieli Automation Group e Gabriele Solarini Paviotti,

Account Relationship Leader & Digital Coordinator di Auxliell. L'europarlamentare Brando Benifei (relatore AI Act) ha parlato della necessità di incentivi fiscali per l'implementazione dell'AI nelle aziende. Limes ha spiegato come la Cina sia protagonista di un processo di sviluppo e innovazione tecnologica che ha portato alla nascita di moltissimi centri di sviluppo e intelligenza artificiale. In questo contesto, attori privati come Intesa Sanpaolo si muovono promuovendo realtà come l'Intesa Sanpaolo Innovation Center. Il centro di ricerca si occupa di ricerca applicata, supporto alla crescita di startup e promuove progetti fortemente legati allo sviluppo di tecnologie legate all'AI. Non solo ricerca, ma anche produttività: grazie alla società di consulenza Tinexta si è parlato di casi concreti in cui l'applicazione di sistemi di AI ha aumentato del 57% l'efficienza e la produttività di determinati processi aziendali. Applicazioni molto semplici e immediate di sistemi basati su intelligenza artificiale hanno ridotto da 12 a 7 ore il tempo di esecuzione

Intelligenza artificiale protagonista al convegno autunnale di Assofermet



classificazione, poi, aiutano a verificare la conformità del rottame con l'ordine. A valle del processo, altre tecnologie presentate da Danieli sono i modelli in grado di predire le proprietà meccaniche del prodotto finito. Grazie all'applicazione di questi sistemi, non è più necessario attendere i test di laboratorio e si possono ridurre i tempi di consegna del prodotto finito al cliente finale.

Al convegno si è anche parlato di manutenzione predittiva degli impianti grazie alla partecipazione di AIM – Artificial Intelligence Monitoring. Soluzioni basate su modelli di intelligenza

artificiale consentono di analizzare una grande varietà di dati sugli impianti industriali: come le informazioni sugli interventi passati di manutenzione. L'analisi di queste informazioni permette di prevedere il guasto specifico e il lasso di tempo in cui lo si può verificare.

Auxliell, società di consulenza, ha evidenziato i possibili futuri sviluppi delle applicazioni concrete con l'intelligenza artificiale. (SM)

L'Associazione dei commercianti di animali domestici e toelettatori

A Milano, al Capac (Politecnico del Commercio e del Turismo) di via Amoretti Acad, l'Associazione dei commercianti di animali domestici e toelettatori, ha festeggiato il 65° anniversario dalla sua fondazione.

L'evento nella sede Capac di Quarto Oggiaro è stata l'occasione per inaugurare la nuova aula – intitolata a Carla Terenzi, consigliera Acad da poco scomparsa - dove, durante l'anno, si svolgeranno i corsi di toelettatura. In questo momento inaugurare il figlio di Carla Terenzi ha ricevuto un attestato alla memoria della madre e, in segno di profonda riconoscenza, ha donato alla scuola una teca contenente alcuni

oggetti di lavoro utilizzati abitualmente dalla madre nella sua toelettatura a Rimini.

Altro momento significativo della giornata la consegna, da parte dei consiglieri Acad, di una targa di riconoscimento a Davide D'Adda, presidente dell'Associazione, per ringraziarlo dell'impegno e della passione in questi anni a sostegno della categoria. La ricorrenza Acad è proseguita con sessioni di workshop e approfondimenti. A fare da sfondo all'iniziativa il buffet preparato dagli allievi del corso di cucina del Capac.

Tra gli invitati all'iniziativa Acad il direttore del Capac Gabriele Cartasegna e il consigliere regionale Silvia Scurati. (AL)



Festeggiati
i 65 anni di Acad
al Capac
di via Amoretti



Nelle foto in questa pagina il presidente di Acad Davide D'Adda, la vicepresidente Acad Egle Rosa, il consigliere regionale Silvia Scurati



Rilevazioni settimanali in sei mercati cittadini milanesi

l'Ispettorato territoriale Lombardia del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, il Comune di Milano, le Organizzazioni sindacali Cgil,

Cisl e Uil territoriali, Confcommercio, Confeferenti e Coldiretti.

L'Osservatorio, coordinato dal Prefetto, opererà in raccordo con il Garante per la sorveglianza dei prezzi, avvalendosi del supporto tecnico-amministrativo della Camera di Commercio e della collaborazione della Guardia di Finanza. Per le modalità operative, sono in programma rilevazioni con cadenza settimanale in sei mercati cittadini milanesi: rilevazioni che formeranno

Prefettura di Milano Osservatorio Speciale sull'andamento dei prezzi al consumo

Il Prefetto di Milano Claudio Sgaraglia ha avviato i lavori dell'Osservatorio Speciale di Milano per il monitoraggio dell'andamento dei prezzi al consumo (foto).

Organismo - istituito a seguito della sottoscrizione del Protocollo d'Intesa, avvenuta il 27 giugno, tra il Ministero dell'Interno e il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con la partecipazione di Unioncamere – con il quale si è avviato un progetto di ricognizione sperimentale dei prezzi di alcuni prodotti alimentari e agroalimentari commercializzati nei principali mercati al dettaglio.

All'Osservatorio di Milano partecipano la Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, rappresentanti del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU),



L'assessore allo Sviluppo economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello e il Prefetto di Milano Claudio Sgaraglia

oggetto di rapporto periodico al Garante dei prezzi e di esame di dettaglio da parte dell'Osservatorio stesso. La Prefettura assicurerà il coordinamento delle attività e valorizzerà le analisi e le proposte costruttive che emergeranno nel corso dei lavori.

Organizzato da Promo.Ter Unione in collaborazione con Apeca e con il Comune

Organizzato da Promo.Ter Unione in collaborazione con Apeca (l'Associazione ambulanti) e con il Comune, dal 5 al 15 dicembre a Lodi, in piazza della Vittoria, per la Sagra di Santa Lucia ci sarà un villaggio degli acquisti con 44 casette di legno al posto delle tradizionali bancarelle. Orari: 9-21 feriali, 8.30-22.30 festivi.

Un'importante novità e occasione di rilancio per l'evento di Lodi: viene ricreato un villaggio in stile festivo con artigianato di qualità, alimentari, attività di somministrazione sui

Villaggio degli acquisti con le casette in legno Lodi, dal 5 al 15 dicembre novità e rilancio per la Sagra di Santa Lucia



prodotti tipici. E si sta pensando

anche un'iniziativa dedicata alle scuole con il cioccolato.



Da sinistra: Pierric Bonnard, nuovo direttore generale Business France; il Console Generale di Francia in Italia François Bonet e Riccardo Garosci, presidente Aice (Associazione italiana commercio estero) e vicepresidente Confcommercio (e Confcommercio MiLoMB) per l'internazionalizzazione

CONSOLIDAMENTO DEI RAPPORTI COMMERCIALI E TURISTICI CON LA FRANCIA: IL PRESIDENTE AICE (E VICEPRESIDENTE CONFCOMMERCIO) RICCARDO GAROSCI HA INCONTRATO IL CONSOLE GENERALE FRANCESE IN ITALIA E IL NUOVO DIRETTORE DI BUSINESS FRANCE - Su iniziativa del Console Generale di Francia in Italia, François Bonet, al Consolato di Milano è stato invitato Riccardo Garosci, presidente Aice (Associazione italiana commercio estero) e vicepresidente Confcommercio (e Confcommercio MiLoMB) per l'internazionalizzazione, in occasione della presentazione del nuovo direttore di Business France Pierric Bonnard. Alle dipendenze dell'Ambasciata di Francia, Business France ha l'incarico di promuovere le attività delle imprese francesi in Italia e di quelle italiane nei loro progetti e investimenti in Francia. La Francia resta il secondo partner mondiale dell'Italia sia in export sia in import, con una bilancia 2023 di circa 106 mld/€ parimenti divisi (53 mld/€ in, 53 mld/€ out). Al primo posto è sempre la Germania, ma con i transalpini in leggera crescita (a differenza dei tedeschi, dove si riscontrano alcuni cali settoriali dovuti all'attuale crisi del Paese, soprattutto energetica). Cresce la presenza italiana in Francia con circa 2.000 nostre aziende. I settori principali di collaborazione fra Italia e Francia restano quelli storici: moda, automotive, agroalimentare, servizi, immobiliare, retail, cultura. Forte è stato, ed è, l'interscambio reciproco del turismo fra i due Paesi con le grandi occasioni delle Olimpiadi di Parigi 2024 e del prossimo Giubileo di Roma 2025.

A tale scopo Atout France, Ente di promozione del turismo francese, ha informato il presidente Garosci (su specifica domanda) riguardo alla ripresa verso luglio 2025 delle linee Frecciarossa Milano-Torino-Lione-Parigi (insieme a quelle del TGV francese di SNCF) oggi interrotte, insieme ad alcune linee merci, per una frana al confine di Modane. È una buona notizia anche in prospettiva delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

Da Regione Lombardia i riconoscimenti alle imprese storiche di Lodi e del Lodigiano. Gli associati premiati

Con l'assessore regionale allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, Guido Guidesi, tappa a Lodi per l'evento itinerante organizzato per il conferimento del marchio identificativo di attività storiche riconosciute nel 2024 da Regione Lombardia. Un riconoscimento a locali, negozi e botteghe che svolgono la propria attività senza interruzioni per un periodo non inferiore a 40 anni. "...è il nostro modo - ha detto l'assessore Guidesi - per dire grazie a persone che, con il loro lavoro quotidiano, rendono grande la Lombardia". Le attività premiate quest'anno hanno portato complessivamente a 111 il numero delle piccole imprese della provincia di Lodi con il marchio di "Attività storica" rilasciato da Regione Lombardia. (AL)

Le imprese associate premiate

Lodi

Coltelleria Ren, 1972, *casa e arredamento*.
 Edicola Cartoleria Fugante, 1978, *cartoleria e libreria*.
 Emporio, 1982, *abbigliamento e accessori*.
 Farmacia Giberti, 1920, *salute e benessere*.
 Farmacia Manfrini, 1957, *salute e benessere*.
 Farmacia Sabbia, 1927, *salute e benessere*.
 Gelateria Orsi 1983, *gelaterie pasticcerie e torrefazioni*.
 Hobby Legno, 1979, *attrezzature*.
 Il Fornaio Volpi Dal 1963, *alimentari e specialità alimentari*.
 Ottica De Capitani, 1957, *ottica e fotografia*.
 Scrivi E Cuci, 1983, *cartoleria e libreria*.

Sant'Angelo Lodigiano

Autoricambi Sant'Angelo, 1970, *attrezzature*.
 Enogastronomia Fratelli Rusconi, 1961, *alimentari e specialità alimentari*.

Casalmiocco

Bar Vaghi, 1968, *bar e tabaccheria*.

Tavazzano con Villavesco

Casaidea Di Acerbi, 1936, *casa e arredamento*.

Massalengo

Farmacia Nuova, 1982, *salute e benessere*.
 Macelleria Podenzani, 1963, *alimentari e specialità alimentari*.

San Martino in Strada

Farmacia Santagostino, 1972, *salute e benessere*.

Marudo

Il Minimarket, 1955, *alimentari e specialità alimentari*.

Castiraga Vidardo

Lattoneria Vigorelli, 1969, *attrezzature*.

Mulazzano

Macelleria Prina, 1963, *alimentari e specialità alimentari*.

Borghetto Lodigiano

Farmacia Ferraresi, 1959, *salute e benessere*.

A Milano, alla parrocchia San Francesco d'Assisi al Fopponino con i rappresentanti di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



La messa per la ricorrenza di San Francesco

Immagini dal tradizionale appuntamento con la Festa di San Francesco (il "patron" degli operatori del terziario). A Milano, alla Parrocchia San Francesco d'Assisi al Fopponino (in via Paolo Giovio) la concelebrazione eucaristica con don Serafino Marazzini e la partecipazione



dei rappresentanti di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Dal pane, alla frutta, ai fiori: doni dalle categorie per la ricorrenza.



Claudio Salluzzo,
nuovo direttore di Ebipal

EBIPAL (ENTE BILATERALE LOMBARDO DELLA PANIFICAZIONE):

CLAUDIO SALLUZZO NUOVO DIRETTORE - Dopo 42 anni all'interno del sistema Confcommercio (28 nella Confcommercio milanese) Claudio Salluzzo è stato nominato direttore di Ebipal, l'Ente bilaterale regionale della Lombardia del settore della panificazione (e delle attività affini).

"Una nuova esperienza, una grande opportunità personale - ha dichiarato Salluzzo - ma soprattutto la possibilità di proseguire il percorso di assistenza alle imprese e, in questo caso, anche ai lavoratori in un settore, come quello della panificazione, che conosco da molti anni".



Ebipal rappresenta le 11 Associazioni provinciali della panificazione lombarda, con le Organizzazioni Sindacali lombarde dei lavoratori rappresentati da Fai Cisl, Flai Cgil e Uila Uil.

"Sarà importante - ha proseguito Salluzzo - incrementare la formazione in questo settore, comunicando capillarmente le opportunità dei servizi e delle assistenze che questo Ente offre, come ad esempio i rimborsi per le malattie, o come i contributi per i libri di testo scolastici".

Per conoscere meglio le attività ed i servizi di Ebipal consultare il sito www.ebipal.it - tel. 0220402068

Le strutture associate che hanno ricevuto il riconoscimento

- ▶ Hotel De La Ville
- ▶ Hotel Astoria
- ▶ Hotel Baviera
- ▶ Albergo Dei Cavalieri
- ▶ Demidoff Hotel (Albergo Plinius)
- ▶ Grand Hotel Et De Milan (Vega S.P.A.)
- ▶ Hotel Galles
- ▶ Lancaster Hotel
- ▶ Hotel Madison
- ▶ Hotel San Guido
- ▶ Hotel Vittoria



**Regione Lombardia
Premiate 109 strutture
ricettive storiche di qualità**

Regione Lombardia ha premiato 109 strutture ricettive lombarde - come alberghi, residence e campeggi - operanti da almeno 50 anni, nell'ambito della prima edizione del 'Riconoscimento delle Strutture Ricettive Storiche e di Qualità'. La cerimonia di premiazione si è svolta a Palazzo Lombardia, sede della Regione. L'evento, su iniziativa dell'assessore regionale al Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia Barbara Mazzali, ha avuto l'obiettivo di celebrare le eccellenze dell'ospitalità lombarda.

“Il riconoscimento delle strutture ricettive storiche e di qualità, che vanno ad aggiungersi alle attività storiche, commerciali e artigianali, amplia la platea di realtà che rappresentano un'eccellenza della nostra Regione e che meritano di essere conosciute da cittadini e turisti. Una continuità nel tempo garantita non solo dal sacrificio e dall'impegno, ma anche dalla capacità di queste imprese di cogliere e cavalcare i cambiamenti, restando allo stesso tempo ancorate ad una solida base fatta di esperienza e capacità imprenditoriale” ha commentato il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti “In una Regione sempre più a trazione turistica – ha rilevato il presidente di Federalberghi Lombardia Fabio Primerano - ribadiamo l'apprezzamento per un'iniziativa che abbiamo fortemente voluto, con il riconoscimento del ruolo strategico di quelle imprese che, da decenni, garantiscono a cittadini lombardi, italiani e di tutto il mondo,



un servizio di qualità. Attività che non solo hanno resistito a congiunture economiche sfavorevoli ed eventi imprevisti, ma si sono sempre concentrate sul rilancio e sull'innovazione dei servizi offerti”.



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Digitalizzazione e E-Commerce

Al **servizio** dell'evoluzione delle **imprese**
Il **futuro** del Retail è intelligente



Massimizza il potenziale del business online
con il supporto completo di Confcommercio Milano
attraverso lo **Sportello Innovazione (SPIN)**.



Cosa ti offriamo:

- Affiancamento e assistenza per l'**analisi dei fabbisogni digitali**.
- **Individuazione delle migliori soluzioni** e fornitori.
- Approfondimenti sulla **trasformazione digitale**.

Contatta lo
Sportello Spin



spin
SPORTELLO
INNOVAZIONE
EDI CONFCOMMERCIO



Riceverai una **consulenza per la digitalizzazione della tua azienda**, sia che tu sia già un imprenditore o che stia iniziando.

Prenota un **appuntamento individuale** per avviare o gestire efficacemente il tuo e-commerce.



**PRENOTA UNA CONSULENZA
PERSONALIZZATA E GRATUITA**

Ogni giorno cerchi, trovi e risparmi

Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza ti offre una vastissima selezione di proposte con **vantaggi e sconti** per soddisfare ogni giorno le necessità della tua azienda, della persona e della tua famiglia.

Dalle convenzioni speciali per viaggi in **treno con Italo**, a quelle con i **parcheggi negli aeroporti**; dai vantaggi su acquisto o noleggio **auto** a quelli sulle **assicurazioni** auto e tante altre.

La Guida Convenzioni di Confcommercio Milano è il tuo principale **punto di riferimento** da consultare prima di fare qualsiasi acquisto o scegliere dei servizi.

Consulta la Guida Convenzioni on line sul sito
confcommerciomilano.it

 Confcommercio Milano
 confcommercioperte
metromappa.confcommerciomilano.it


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

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