

Unione *informa*


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

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Carlo Sangalli

Presidente, Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi

*Il 34° Rapporto Milano Produttiva
Sangalli: rafforzare la crescita delle pmi
con l'innovazione diffusa*



ORDINANZA RESTRITTIVA SULLA MOVIDA MILANESE: IL TAR APRE AL RICORSO DEGLI OPERATORI. FISSATA L'UDIENZA DI MERITO



*Sempre aggiornati sulle Olimpiadi
Milano Cortina 2026 (AL CENTRO DEL GIORNALE)*



Spesa e comportamenti per beni e servizi culturali:
il Libro Bianco di Impresa Cultura Italia – Confcommercio



*Milano e l'impatto della "Swiftionomics"
L'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio MiLoMB*





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**





250 caratteri di confcommercio



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

“L’impresa culturale è luogo di sperimentazione delle nuove tecnologie, è misura del cambiamento delle abitudini e dei consumi degli italiani, è attivatore di attrattività territoriale. Le imprese del mondo della cultura hanno oggi così la responsabilità di illuminare la strada, non solo della conoscenza, ma anche del successo”.



TURISMO E IMPRESA CULTURALE: IL 4° FORUM IMPRESA CULTURA ITALIA-CONFCOMMERCIO - Questo numero del giornale viene diffuso di fatto in contemporanea con il 4° Forum Impresa Cultura Italia-Confcommercio dal titolo “Turismo e impresa culturale – Bellezza Territori Destinazioni” in programma a Pesaro, capitale italiana della cultura 2024, il 6 settembre. Apre i lavori del 4° Forum il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e ne traccia le conclusioni Carlo Fontana, presidente Impresa Cultura Italia-Confcommercio. Forum che ha momenti d’approfondimento sul tema turismo-cultura (dopo “Itinerario della Bellezza 2024” dedicato a Pesaro): Investire sulla Cultura (Impatto e ricaduta degli eventi culturali sull’economia e sul territorio); La Cultura come destinazione (Destination management per la cultura e valorizzazione del turismo); La Cultura come volano per il territorio: due casi (Le esperienze di OperaMeet e del Sacro Bosco di Bomarzo); Formazione per cultura e turismo (Competenze per l’orga-



nizzazione e gestione di festival ed eventi culturali). Su confcommerciomilano.it il programma in dettaglio con tutti i partecipanti ai vari momenti del Forum. Il rapporto fra turismo e cultura è fra i dati del Libro Bianco di Impresa Cultura Italia-Confcommercio su cinque anni di spesa e comportamenti per i beni e i servizi culturali presentato a a Milano (vedi a pagina 7 n.d.r.). Nel turismo il valore dell’offerta culturale influenza la scelta di vacanze brevi, weekend e ponti.

IL NUOVO LIBRO “INNOVAZIONE E IMPRESA CULTURALE: TECNOLOGIE, LINGUAGGI, PUBBLICO E MODELLI ORGANIZZATIVI”. In questi giorni disponibile “Innovazione e impresa culturale: tecnologie, linguaggi, pubblico e modelli organizzativi”: il nuovo libro (Editori Laterza) è a cura del presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio Carlo Fontana con la prefazione del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. Pubblichiamo in questa pagina la copertina.



Foto di Federico Giusti

Il 34° Rapporto della Camera di Commercio



Milano Produttiva
Carlo Sangalli:
innovazione diffusa
per rafforzare la crescita

MILANO PRODUTTIVA 2024



Presentato a Milano, al Palazzo dei Giureconsulti, il 34° Rapporto di Milano Produttiva. Qual è l'andamento economico per Milano, Monza Brianza e Lodi? Nel 2023 l'economia del territorio ha avuto un tasso di crescita del + 1,4% con un surplus annuale di 2,7 miliardi di euro, grazie soprattutto al contributo positivo dei settori dei servizi (+2,2%) e delle costruzioni (+3,2%). Le indagini congiunturali del 2023 mostrano comunque una crescita generalizzata, seppur con intensità variabili tra settori e territori inclusi nell'area vasta di Milano, Monza Brianza e Lodi.

Grazie, in particolare, a Milano (+7.990), il saldo tra nuove iscrizioni (30.529) e cancellazioni (21.838) dello scorso anno è stato positivo: + 8.691 imprese con una crescita del 1,85%, un lieve calo della natalità (30.529 iscritte) e un aumento delle chiusure con un +1%. Il trend dei settori ha visto un aumento nel campo manifatturiero (+1,9% Milano, +1,5% Monza Brianza e +1,6% Lodi), del commercio (+4,9% Milano, +2,6% Monza Brianza e +1,5% Lodi) e dei servizi (+5% Milano, +4,9% Monza Brianza e +3% Lodi). Il settore dei servizi ha rappresentato il motore principale della crescita imprenditoriale (sebbene con intensità variabili).

E il 2024? Nel primo semestre di quest'anno il saldo è di +3.944 con un tasso di crescita minore: +0,83%. Continua la crescita delle 396.482 imprese attive, seppur in rallentamento rispetto allo scorso anno con un +0,6% sul primo semestre del 2023.

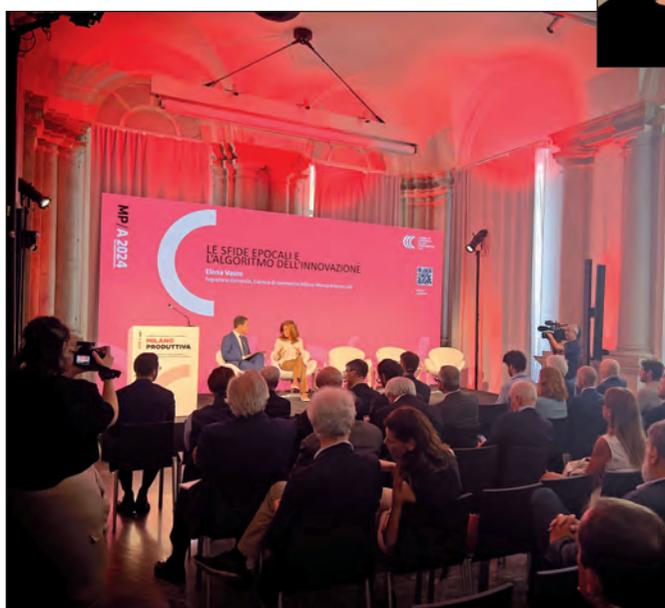


“L'economia milanese è in buona forma anche se ci sono alcuni segnali di affaticamento che non vanno sottovalutati” ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi. “I numeri sono sempre positivi, ma nel primo semestre di quest'anno, ad esempio, sono nate meno imprese e alcuni settori, come il commercio e i servizi, rallentano. Occorre puntare sull'innovazione diffusa nelle piccole e medie imprese per farle crescere e strutturare meglio. Ciò significa, soprattutto, accelerare il potenziamento delle infrastrutture di rete che è previsto nei finanziamenti del PNRR”.



Mercato del lavoro

Segnali di crescita si rilevano anche nel mercato del lavoro: a Milano, Monza Brianza e Lodi gli occupati sono oltre 2 milioni, pari al 45% del totale in Lombardia e all'8,5% dei lavoratori in Italia, ovvero +1,6% rispetto all'anno precedente. In particolare Milano ha visto un aumento degli occupati dell'1,4% (+21mila), con un tasso di occupazione del 71,2%, mentre Monza Brianza ha registrato un



incremento dell'occupazione del +2,7% (+10mila unità), portando il tasso di occupazione al 71,3%. In tutti e tre i territori cala la disoccupazione, rispettivamente a Milano del -13,4%, Monza e Brianza del -32,8% e a Lodi del -22%.

Export

L'export di Milano, Monza Brianza e Lodi lo scorso anno ha registrato un solido sviluppo rispetto al 2022 salendo a quasi 78 miliardi di euro (+4,1%) con una performance particolarmente positiva nel settore dell'elettronica e dei macchinari.

Trasformazione digitale e sviluppo

La seconda parte del Rapporto Milano Produttiva, intitolata quest'anno "L'algoritmo dell'innovazione: nuove tecnologie e capitale umano" analizza i legami tra trasformazione digitale e sviluppo sostenibile ponendo l'accento sui principali trend tecnologici del 2023: intelligenza artificiale, cloud computing, big data e cybersecurity. "Le performance economiche sono positive, ma non senza ombre per il futuro. L'innovazione rappresenta la chiave per un cambiamento epocale" ha commentato Elena Vasco, segretario generale della Camera di Commercio. "In questa fase post-pandemica, l'innovazione digitale emerge come il fulcro per raggiungere obiettivi di sostenibilità ambiziosi. Milano, si consolida come un hub



d'innovazione cruciale, continuando ad attrarre talenti e investimenti che alimentano la crescita e la competitività".

Budget spesa Ict da accrescere

L'Università IULM di Milano ha pubblicato un capitolo del Rapporto che esplora le interconnessioni tra trasformazione digitale e sviluppo sostenibile ponendo l'accento sui principali trend tecnologici del 2023. Il 18% delle pmi ha avviato progetti di intelligenza artificiale, con una percentuale ancora più bassa (5%) che ha raggiunto uno stadio operativo completo. E solo il 41% delle imprese ha definito un budget per la spesa Ict nel 2023.

Studenti e manager: Milano attrattiva

Incremento a Milano degli arrivi di talento internazionale, inclusi lavoratori stranieri e giovani laureati. Il sistema accademico milanese, con oltre 200.000 iscritti, vede una crescente presenza di studenti internazionali, rappresentando il polo universitario più grande in Italia. La città ospita anche un significativo numero di top manager e founder stranieri, contribuendo in modo sostanziale alla leadership di Milano nel panorama delle start-up e della knowledge economy in Italia.

CORRIERE DELLA SERA
Milano

15 agosto 2024



«L'Intelligenza artificiale una risorsa Vanno incentivati gli investimenti»

Sangalli: qui un terzo delle multinazionali straniere. Più integrazione degli immigrati

L'intervista

di **Elsabetta Soglio**

La prima buona notizia riguarda l'intelligenza artificiale: terreno insidioso, si sa, ma il 62% delle imprese del terziario di Milano, Monza Brianza, Lodi «utilizza o utilizzerà strumenti dell'IA per il proprio business». Che si tratti di generare contenuti web, campagne di marketing, logistica, «comunque ci è chiaro che lo strumento, se ben governato, può migliorare l'efficienza operativa, personalizzare l'esperienza del consumatore, ottimizzare i processi decisionali». Il presidente di Concommercio e Camera di Commercio Milano Carlo Sangalli ha sulla scrivania i risultati di un'indagine condotta dall'Ufficio studi della Concommercio milanese. «Per questo continuiamo a incentivare gli investimenti nelle nuove tecnologie», insiste.

Presidente, altri segnali positivi per il prossimo autunno?

«Parto dagli investimenti stranieri. Le multinazionali sul nostro territorio sono oltre 5mila, un terzo del totale nazionale, e negli ultimi 7 an-



La sicurezza
È un problema vero ma le soluzioni che si stanno adottando credo vadano nella direzione giusta

ni il numero dei loro lavoratori è cresciuto del 31% sfiorando quota 640mila. La presenza, sempre più rilevante, di queste grandi imprese è ovviamente legata alle opportunità di business e sviluppo che offre Milano».

L'estate del turismo come è andata finora?

«Molto bene. Lo scorso anno abbiamo registrato oltre 16 milioni di presenze — il 65% di stranieri — pari al 22% in più rispetto al 2022. Un trend in crescita nel 2024 e destinato a rafforzarsi in vista delle Olimpiadi invernali 2026».

Una città abbastanza sicura?

«Percepita o reale, la sicurezza è vissuta come una delle criticità di Milano. È un problema vero ma le soluzioni che si stanno adottando credo vadano nella direzione giusta. Mi riferisco, ad esempio, a "Stazioni Sicure" con il coordinamento della Prefettura che coinvolge Comune, Forze dell'Ordine, associazioni di categoria e comitati dei cittadini. Un'alleanza che può realmente contribuire ad alzare i



Negozi di vicinato
Ha senz'altro senso sostenerli e siamo soddisfatti delle risposte delle Istituzioni

livelli di attenzione e presidio del territorio soprattutto nelle stazioni che sono la porta d'ingresso della città e ne rappresentano l'immagine».

Una città abbastanza «equa»?

«In effetti notiamo una crescita disomogenea e molte aree periferiche restano indietro».

Quindi?

«Ci sono progetti di rigenerazione urbana che interessano aree come gli Scali ferroviari, Mind, Santa Giulia, e Città della Salute. Grandi operazioni capaci di produrre risultati positivi e sinergie ben oltre il loro perimetro. Il lavoro per rilanciare le vaste aree in difficoltà e penalizzate dal degrado è enorme ma è soprattutto da questa sfida che dipende una buona parte del futuro di Milano».

Una città abbastanza inclusiva?

«C'è un tema molto importante che incrocia economia e sicurezza ed è quello del disallineamento tra domanda e offerta di lavoro e necessità di integrare le persone immigrate. Come ho avuto modo di ricordare, a Milano, nei settori della ricettività, della ristorazione e del turismo, mancano circa 27mila lavoratori».

Proposte?

«Penso al progetto Integra della Camera di commercio di Milano. Partito in via sperimentale quest'anno, ha l'obiettivo di contribuire a colmare la carenza di personale che le imprese lamentano, formando e integrando giovani stranieri. Integra prevede di inserire nei percorsi forma-

L'intervista a Carlo Sangalli

tivi 150 migranti. E poi abbiamo il CAPAC (Politecnico del Commercio e del Turismo) che ogni giorno accoglie nei propri percorsi di istruzione e formazione professionale ragazzi/e provenienti da 68 Paesi di origine (di prima o seconda generazione). Al momento sono iscritti 420 studenti stranieri su circa 1.100 complessivi. Di questi, quasi tutti (395) extracomunitari».

Buone esperienze, certo, ma il problema inclusione è più vasto...

«In effetti la Lombardia nel suo complesso, a partire dalla città metropolitana di Milano, si conferma fortemente attrattiva per gli immigrati. Spesso però chi è ospitato nei centri di accoglienza o è già residente fatica ad accedere al sistema di ricerca del lavoro e rischia di rimanere escluso. I progetti di inserimento lavorativo esistenti non appaiono

al momento sufficienti a far fronte all'esigenza di manodopera».

Parlavamo di sicurezza. Ha senso sostenere ancora i negozi di vicinato?

«Assolutamente sì e siamo soddisfatti delle risposte delle Istituzioni. Il Comune nel Pgt ha inserito alcuni nostri suggerimenti per sostenere la presenza di attività fino a 250 mq in alcune aree di rigenerazione urbana e la Regione è impegnata in azioni come i Distretti del Commercio e la piattaforma Opportunity Lombardy che partirà ad ottobre mettendo a disposizione di chi vuole fare impresa anche alcune aree dismesse».

Il suo augurio a Milano?

«L'uso una frase che ho letto a luglio proprio sul Corriere: "Le città non saranno solo palazzi e strade, ma emozioni". Anche con l'IA, restiamo umani, insomma».



Tempi
Un turismo in crescita e con un forte sviluppo in vista del G8 del 2025. La sicurezza percepita in città con le iniziative per migliorare e l'integrazione degli stranieri nel mondo del lavoro sono tra gli argomenti dell'ultimo cittadino

Milano e l'ordinanza restrittiva sulla movida Pronuncia favorevole del Tar al ricorso degli operatori Fissata l'udienza di merito

Il Tar Lombardia ha ritenuto apprezzabili favorevolmente, secondo quanto previsto dal codice del processo amministrativo, le esigenze rappresentate da varie imprese di pubblico esercizio milanese che hanno fatto ricorso, appoggiato "ad adiuvandum" dalla Confcommercio milanese, per ottenere l'annullamento e la sospensione dell'efficacia dell'ordinanza sindacale del Comune di Milano (in vigore fino al 4 novembre) che regola gli orari dell'asporto e dei dehors nelle zone della movida limitando l'utilizzo dei plateatici fino all'una di notte nei giorni feriali e alle due di notte nei festivi (sabato e domenica, quindi la notte tra venerdì e sabato e quella fra sabato e domenica) e proibendo vendita e somministrazione per asporto delle bevande alcoliche dalla mezzanotte fino alle 6 del mattino (vedi *Unione Informa di giugno a pagina 23 n.d.r.*). Il Tar ha fissato al 6 febbraio la data dell'udienza pubblica per trattare il merito del ricorso.

"I giudici amministrativi – ha spiegato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio MiLoMB – all'udienza dell'11 luglio hanno ritenuto apprezzabili favorevolmente le

Movida, il Tar della Lombardia a favore dei commercianti

Il Tar della Lombardia si pronuncia in sede cautelare, a favore dei commercianti che hanno fatto ricorso per ottenere l'annullamento e la sospensione dell'ordinanza sindacale del Comune di Milano che impone una stretta alla movida selvaggia. In particolare, il provvedimento, che sarà in vigore fino al

COMMERCianti

Il Tar accoglie il ricorso contro l'anti-movida

■ L'ordinanza "anti movida" del Comune non piace neanche in tribunale, oltre che ai numeri dei commercianti. «I giudici amministrativi all'udienza di ieri hanno ritenuto apprezzabili le argomentazioni dei ricorrenti. Il provvedimento del Tar deve ora far riflettere il Comune di Milano sull'opportunità di proseguire con quest'ordinanza che danneggia le attività di pubblico esercizio. Nel giudizio di merito, se



L'ordinanza

Nuove regole sulla movida Il Tar «apre» ai commercianti

Per i commercianti si tratta di un'apertura in vista della sentenza (che arriverà con l'anno nuovo), mentre per il Comune è solo una presa d'atto di quanto rivendicato dagli esercizi commerciali. Al centro, l'ordinanza sindacale «della discordia», cioè il documento del Comune che regola la «malamovida» in 12 zone della città e che, in vigore dallo scorso 20 maggio, resterà valida fino al 4 novembre (nella foto via Corsico sui Navigli). Il Tar della Lombardia si è infatti pronunciato in sede cautelare a favore dei commercianti che hanno fatto ricorso per ottenere l'annullamento e la sospensione del documento di Palazzo Marino che regola gli orari dell'asporto e dei dehors nelle zone della movida limitando l'uso dei plateatici non oltre l'una di notte nei giorni feriali e alle due nei festivi e proibendo vendita e somministrazione per asporto delle bevande alcoliche dalla mezzanotte fino alle 6. Il Tar, come spiega la Confcommercio di Milano, ha ritenuto apprezzabili

quanto previsto dal codice del processo amministrativo, le esigenze rappresentate da varie imprese di pubblico esercizio milanese, appoggiate «ad adiuvandum» da Confcommercio. Il tribunale Amministrativo ha fissato per il 6 febbraio l'udienza pubblica per trattare il merito del ricorso. «I giudici amministrativi – spiega Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano – all'udienza dell'11 luglio hanno ritenuto apprezzabili favorevolmente le argomentazioni dei ricorrenti. Poi ci sono, naturalmente, i tempi fisiologici della giustizia. Ma il provvedimento del Tar deve ora far riflettere il Comune di Milano sull'opportunità di proseguire con quest'ordinanza sindacale che danneggia le attività di pubblico esercizio». Barbieri rileva che «nel giudizio di merito, se favorevole, si valuteranno anche i danni economici che le imprese stanno subendo in questi mesi» (e il conto sarà, nel caso, chiesto a Palazzo Marino).

C. Bal

argomentazioni dei ricorrenti. Poi ci sono, naturalmente, i tempi fisiologici della Giustizia. Ma il provvedimento del Tar deve ora far riflettere il Comune di Milano sull'opportunità di proseguire con quest'ordinanza che danneggia le attività di pubblico esercizio. Nel giudizio di merito, se favorevole, si valuteranno, infatti, anche i danni economici che le imprese ricorrenti stanno subendo in questi mesi".

EPAM: L'INCONTRO SUL NUOVO CCNL PUBBLICI ESERCIZI, RISTORAZIONE, TURISMO

– A Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano, l'incontro di Epam Fipe Milano, l'Associazione dei pubblici esercizi, su "Il nuovo CCNL Ristorazione. Le principali novità per le imprese e i lavoratori dei pubblici esercizi". Tema: le novità introdotte dal nuovo Contratto collettivo nazionale di lavoro per i dipendenti dei settori dei pubblici esercizi, della ristorazione collettiva e commerciale e del turismo siglato da Fipe-Confcommercio e dalle organizzazioni sindacali (vedi *Unione Informa di luglio agosto a pagina 11 n.d.r.*).



(Foto di Federico Giusti)

Progetto Cities: l'indagine Confcommercio-SWG Più esercizi di vicinato più sicure le città

L'indagine Confcommercio, in collaborazione con SWG, nell'ambito del progetto Cities che si occupa di contrasto alla desertificazione commerciale nelle città italiane e di sviluppo del valore sociale delle economie di prossimità. Tra i risultati: gli italiani vogliono vivere nei quartieri dove ci sono più esercizi di prossimità perché questi rafforzano le comunità

Gli italiani tifano per i negozi, più sicurezza nelle città

Sangalli (Confcommercio): «È necessario contrastare la desertificazione commerciale»

La desertificazione commerciale, ovvero la riduzione o l'assenza di negozi tradizionali vicino alle abitazioni, è un tema che si sta affermando soprattutto negli ultimi anni, accentuato anche dalla pandemia. Un fenomeno che mette a rischio la vitalità dei centri storici e la sicurezza delle aree residenziali. Gli italiani vogliono vivere nei quartieri dove ci sono più esercizi di prossimità, perché questi rafforzano le comunità (per il 64% degli intervistati).

Il fenomeno dovesse acuirsi nella zona in cui abita per la preoccupazione che tale fenomeno possa incidere negativamente sulla qualità della vita nella zona di residenza.

Tra le attività commerciali di prossimità, diminuiscono i negozi di abbigliamento, elettronica e alimentari. Solo i servizi per il tempo libero (tra cui bar e ristoranti) sono percepiti in aumento dal 43% degli intervistati.

Osservando le varie aree geografiche «al Nord i processi di desertificazione sono segnalati dal 43% degli abitanti, mentre al Sud dal 31%. Le chiusure sono maggiormente percepite nelle città tra i 100 e

Al vertice



Carlo Sangalli è presidente di Confcommercio impresa per l'Italia. L'associazione si spinge contro la desertificazione dei centri storici.

Il ruolo sociale delle attività economiche di quartiere

A suo avviso, oltre alla funzione più propriamente commerciale, quanto le attività economiche di quartiere svolgono le funzioni indicate?



Fonte: "Indagine sulla desertificazione commerciale nelle città italiane" Confcommercio-SWG

libero (fra cui bar e ristoranti) sono percepiti in aumento dal 43% degli intervistati.

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ha commentato: "Anche nell'era digitale i negozi di vicinato sono insostituibili. Rendono le città più vivibili, più attrattive e più sicure. È necessario, però, contrastare la desertificazione che sta facendo scomparire molte attività commerciali. Occorre incentivare l'innovazione e sostenere la riqualificazione urbana attraverso un miglior utilizzo dei fondi europei". (FG)

Quella ricchezza tricolore che non investe più in Italia

La ricchezza italiana non riesce più a trovare al suo interno investitori: una constatazione che riguarda tutti gli asset da industriali a immobiliari, da agroalimentari, al terziario ricettivo. Una situazione che, con il passare degli anni, sta spostando sempre più le leve decisionali oltre confine: condizione che ci rende deboli nei controlli e rapporti con le filiere produttive e di servizi, a differenza dei nostri partner-competitor europei, tedeschi, francesi e spagnoli che mantengono il controllo di tutti i loro principali asset. Moda e lusso, automotive e componentistica, elettronica da consumo, telefonia, ricettivo alberghiero e tanto altro sono finiti in mani estere condizionando la nostra eccellente filiera di ogni settore. Il fatto che uno dei cinque Paesi più attrattivi del globo non disponga di una catena alberghiera è perlomeno anomalo. L'ex Jolly Hotels è passata in mani spagnole oltre 20 anni fa e gli iberici hanno raddoppiato il numero di alberghi. Pure nell'immobiliare del Quadrilatero milanese e nei nuovi quartieri sono cresciute a dismisura le proprietà in mani estere; sovente sono passate di mano, ma sempre da estero ad estero, L'ultimo esempio a Milano è quello dell'acquisto in Montenapoleone

Il punto

del gruppo del lusso Kering, per l'iperbolica cifra di 1,3 miliardi euro. A cedere è stato il gigante mondiale Blackstone che, a sua volta, possiede, sempre in zona centro, almeno altre 4 unità immobiliari iconiche, Difficile non rimanere stupiti come la ricchezza italiana, assai rilevante - visto che tra depositi e investimenti azionari siamo intorno ai 7 trilioni di euro - non investa più in Italia. I valori riconosciuti nell'immobiliare milanese sono extra-large: nel 2021 Blackstone per 5 immobili aveva pagato un prezzo complessivo di meno del 20% di quanto ottenuto dalla vendita di uno solo. Una conferma che, soprattutto a Milano, e non solo nell'immobiliare, ma anche per le partecipazioni societarie, ci sarebbero grandi possibilità di realizzare profitti rilevanti per ogni tipo di transazione.



Bruno Villois

Bruno Villois

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

Presentato a Milano al MEET Digital Culture Center

Impresa Cultura Italia-Confcommercio ha presentato il Libro Bianco sulla spesa e sui comportamenti di consumi di beni e servizi culturali in Italia, frutto delle rilevazioni compiute negli ultimi cinque anni dal suo Osservatorio realizzato con SWG. La presentazione, con il presidente di

Impresa Cultura Italia-Confcommercio Carlo Fontana, è avvenuta al MEET Digital Culture Center di Milano, il primo Centro Internazionale per l'Arte e la Cultura Digitale nato a Milano con il supporto di Fondazione Cariplo.

L'evento è stato patrocinato da Fondazione Fiera Milano.

All'interno del volume è raccolta un'analisi complessiva delle evoluzioni dei consumi culturali in Italia nel corso degli ultimi anni, comparando i consumi pre-pandemia, in periodo pandemico e post

pandemia. Grazie agli osservatori periodici è stato possibile analizzare l'evoluzione dei consumi culturali, individuando le nuove preferenze dei consumatori nei vari comparti del settore. Assieme a Edoardo Prati, divulgatore di

letteratura classica, hanno discusso del volume, con Carlo Fontana, presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio; Domenico Barbutto, segretario generale di AGIS; Valentina Garavaglia, prorettore vicario dell'Università IULM; Marco Minicucci, direttore Strategia e Marketing di Milano & Partners; Vasiliki Pierrakea, vicepresidente di Fondazione Fiera Milano.

Se ancora nel dicembre del 2021 il 55% degli italiani riteneva che il proprio rapporto con la cultura fosse cambiato poco rispetto al periodo pre-Covid, sei mesi dopo la percezione è risultata più profonda (66%).

Tra i tanti dati che emergono dalle rilevazioni: il sistema culturale appare resiliente e il cinema è in ripresa (il 43% sceglie il film in sala); il 72% italiani preferisce il libro nella sua classica forma cartacea mentre nell'informazione prevalgono le piattaforme gratuite online (sempre 72%); nel turismo il valore dell'offerta culturale influenza la scelta di vacanze brevi, weekend e ponti; la spesa media per i concerti è salita al di sopra dei valori pre-Covid: da poco più di 50 euro nel 2019 a 70 euro nel giugno 2023.

"In questi cinque anni di Osservatori sui comportamenti e sui

consumi culturali in Italia abbiamo voluto aprire uno spazio di riflessione sulla cultura come



Foto dell'evento di Federico Giusti



Impresa Cultura Italia - Confcommercio Il Libro Bianco su cinque anni di spesa e comportamenti per i beni e i servizi culturali

fattore di sviluppo e progresso per l'intera società, nonché autentico motore di crescita economica. La pandemia ha scosso il nostro sistema culturale, ma tali avversità sono diventate un'opportunità di trasformazione e innovazione. Siamo stati obbligati ad esplorare nuove strade, accelerando in particolare sulla rivoluzione digitale che altrimenti avrebbe richiesto anni per compiersi. Ciò che è emerso è che la cultura non ha mai perso il suo ruolo di elemento qualificante dei territori, bensì è diventata ancora più cruciale. È dunque fondamentale che l'offerta culturale evolva insieme alla domanda per raggiungere pubblici nuovi, promuovendo una futura sinergia sempre più proficua tra cultura, turismo e territorio" ha affermato Carlo Fontana, presidente di Impresa Cultura Italia- Confcommercio.

Milano, Lodi, Monza e Brianza

Le attività associate riconosciute da Regione Lombardia nuove imprese storiche



Regione Lombardia ha conferito il riconoscimento di "Attività Storica e di Tradizione" a 607 negozi, locali e botteghe artigiane che operano senza interruzioni da almeno 40 anni, 176 nei territori di Milano, Lodi, Monza e Brianza. L'albo regionale delle attività storiche comprende quindi ora un totale di 3.909 imprese. I riconoscimenti sono stati deliberati dall'assessorato regionale allo Sviluppo economico presieduto da Guido Guidesi. In questa pagina le imprese associate che hanno ottenuto il riconoscimento (*elenco suscettibile di aggiornamento e integrazione se necessario*).

Milano Città Metropolitana

Abbiategrosso - Ferrari Gioielli
 Abbiategrosso - Utensilver Galbiati
 Binasco - Negri Ferramenta
 Bollate - Cazzaniga Abbigliamento
 Bollate - Galli
 Buccinasco - Panificio Bedon
 Carugate - Peppino Ristorante
 Cologno Monzese - Colorificio Mariani
 Cologno Monzese - La Boutique Del Dolce di Noci Andrea
 Corsico - Ottica Dell'Osa
 Corsico - Hobby Sport
 Garbagnate Milanese - La Refezione
 Garbagnate Milanese - Le Foglia
 Garbagnate Milanese -

Pasticceria Borella
 Legnano - Fossati Arreda
 Legnano - La Bottega Del Pane - Panifico Grazioli
 Magenta - Da Carmela E Zu Pe
 Melegnano - Bittarelli
 Milano - Calzature Pavese
 Milano - D'Augusta Gioielli
 Milano - Elettronica Pobbati
 Milano - Ely Bomboniere
 Milano - Gerla - Le Fedi
 Milano - Latteria Carlon
 Milano - Le Gioie Di Funaro
 Milano - Metallo Giallo
 Milano - Mc Selvini
 Milano - Nuova Arena
 Milano - Pasticceria Berti
 Milano - Ristorante Pizzeria Bebel
 Milano - Romano De Angeli
 Morimondo - Alimentari Ceruti
 Fallavecchia
 Motta Visconti - Gastronomia Raineri
 Novate Milanese - La Campana Di Vetro
 Rho - Magri Giuseppe (I casalinghi di Rho)
 Rosate - Antica Trattoria Cacciatori
 San Giuliano Milanese - Antica Osteria La Rampina Ristorante
 Sesto San Giovanni - Acquaro Parrucchieri
 Sesto San Giovanni - Macelleria Como
 Sesto San Giovanni - Pasticceria Camozzi
 Solaro - Bar Trevisan
 Trezzano sul Naviglio - Arredamenti Verderio
 Vimodrone - Gironi 1958 Ottica e Fotografia

Provincia di Monza Brianza

Barlassina - Alexanderplatz Birreria Paninoteca
 Besana in Brianza - Foto Ottica Bonfanti
 Biassono - Isola Del Gelato
 Biassono - Pasticceria Galliani
 Bovisio Masciago - Ferramenta Matterazzo
 Bovisio Masciago - Jardin Di Mai
 Brugherio - Fumagalli Arredamenti
 Brugherio - Orologeria Oreficeria E. Peraboni
 Brugherio - Teruzzi
 Brugherio - Trattoria Dei Cacciatori
 Carate Brianza - Alice Moda
 Carate Brianza - Ortopedia Romanò
 Carate Brianza - Trezzi Marino Giocattoli
 Cesano Maderno - Da Marta e Vittorio
 Cesano Maderno - Mezzaluna
 Cesano Maderno - Monti Calzature
 Concorezzo - Rudy Uomo
 Correzzana - Macelleria Riboldi Polleria
 Giussano - Enoteca Zanardo Giussano
 Lentate sul Seveso - Il Macellaio Saldarini
 Lentate sul Seveso - Panificio Bice
 Lentate sul Seveso - Selezione Vini Enoteca
 Limbiate - La Pineta
 Limbiate - Il Respiro
 Limbiate - Marelli Cicli
 Lissone - Dassi Arredamenti
 Lissone - Mario Terlera Informatica Ufficio Telecomunicazioni
 Lissone - Motta (fashion)
 Meda - Caiuli Carni
 Meda - Junior B
 Monza - Antares, Dance Line, Abbigliamento, Calzature
 Monza - Bar Tabacchi Ricevitoria Lotto II Giglio
 Monza - Ferramenta Barzaghi
 Monza - Frutteto San Giovanni
 Monza - Il Dolce Cortile
 Monza - Ortopedia Pirola
 Monza - Tagliabue Gomme
 Monza - Vampe
 Monza - Woody Rock Bistrot

Muggiò - Coppa D'Oro
 Muggiò - Ferramenta Utensileria Cernuschi
 Seregno - Bar Zoeu
 Seregno - Casa del Tappezziere Dell'Orto
 Seveso - Camiceria Iba
 Seveso - Charleston
 Sovico - Ottica Sirtori Ab
 Sulbiate - Minimarket Leoni
 Varedo - Bar Pasticceria Pertusini
 Varedo - Bar Ristorante Golfetto
 Varedo - Cavallini 1920
 Varedo - Carrozzeria Ravasi
 Varedo - Crucitti
 Verano Brianza - Caffè Pasticceria Rizzi
 Verano Brianza - Edicola
 Villasanta - Merceria Rovelli
 Vimercate - Ferramenta Redaelli
 Vimercate - Il Padellone
 Vimercate - Vertemara Elettrodomestici

Provincia di Lodi

Borghetto Lodigiano - Farmacia Ferraresi
 Casalmaiocco - Bar Vaghi
 Castiraga Vidardo - Lattoneria Vigorelli
 Lodi - Coltelleria Ren
 Lodi - Edicola Cartoleria Fugante
 Lodi - Emporio
 Lodi - Farmacia Giberti
 Lodi - Farmacia Manfrini
 Lodi - Farmacia Sabbia
 Lodi - Gelateria Orsi 1983
 Lodi - Hobby Legno
 Lodi - Il Fornaio Volpi Dal 1963
 Lodi - Ottica De Capitani
 Lodi - Scrivi e Cuci
 Marudo - Il Minimarket
 Massalengo - Farmacia Nuova
 Massalengo - Macelleria Podenzani
 San Martino in Strada - Farmacia Santagostino
 Tavazzano con Villavesco - Casaidea
 Mulazzano - Macello Prina
 Sant'Angelo Lodigiano - Autoricambi Sant'Angelo
 Sant'Angelo Lodigiano - Enogastronomia F.II Rusconi

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli è stato rieletto per acclamazione presidente nazionale 50&Più per il prossimo quinquennio. L'Assemblea di 50&Più si è svolta a Roma al TH Hotel Palace Carpegna. Dalla prima elezione a Baveno (nel 2019) lo scenario italiano è mutato, soprattutto nel periodo Covid-19 e l'Associazione 50&Più ha saputo rispondere alle rinnovate esigenze e fronteggiare le difficoltà. "Sono stati cinque anni molto intensi - ha detto Sangalli - Devo dire anche molto impegnativi. Mi sembra giusto partire da qui, dalla strada che tutti noi abbiamo percorso insieme, per non dimenticare nulla e lasciare maggiore spazio ad un ragionamento sul senso di quello che abbiamo fatto e che dovremo fare nei



Carlo Sangalli rieletto presidente nazionale 50&Più

prossimi anni. Sono cambiate tante cose, siamo molto diversi. Però, almeno un aspetto resta inalterato, integro: la gratitudine per tutti coloro che si sono spesi per questo percorso". Eletti dall'Assemblea anche il Consiglio direttivo, il Collegio dei probiviri e il Collegio sindacale. (BB)



In Confcommercio Milano (Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47, ore 14.30)

Martedì 29 ottobre in Confcommercio Milano - Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47, sala Colucci, ore 14.30 - è in programma la sesta edizione dell'evento promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Banca d'Italia - Sede di Milano, sull'economia della Lombardia e dei nostri territori. L'iniziativa prevede, dopo gli interventi introduttivi del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e del direttore della Sede di Milano della Banca d'Italia Giorgio Gobbi, la presentazione dei dati di scenario economico da parte degli esperti dell'Ufficio Studi di Banca d'Italia - Sede di Milano Paola Rossi e Francesco Bripi e una successiva tavola rotonda con le testimonianze di imprenditori associati. Al centro del dibattito vari temi d'attualità: l'utilizzo delle nuove tecnologie (intelligenza

**L'economia lombarda e dei nostri territori
Il 29 ottobre
sesta edizione dell'evento
di Confcommercio Milano
Lodi, Monza e Brianza
con Banca d'Italia
(Sede di Milano)**



Giorgio Gobbi, direttore della Sede di Milano della Banca d'Italia (foto di Federico Giusti)



artificiale, multicanalità e digitalizzazione dell'azienda, del suo modello di business e dei sistemi di pagamento)

e la crescita dell'attrattività del nostro territorio dovuta in larga parte al turismo straniero.

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Epam Federalberghi Milano e Federmoda Milano Adesione al Patto "Stazioni Sicure"



Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Epam, Federalberghi Milano e Federmoda Milano hanno aderito al Patto "Stazioni sicure" firmato a Milano in Prefettura (con il prefetto Claudio Sgaraglia).

Il Patto – già operativo - è finalizzato alla realizzazione di azioni congiunte fra i soggetti aderenti per una più efficiente governance dei fenomeni di marginalità, degrado urbano e a promuovere e consolidare la sicurezza delle stazioni ferroviarie milanesi - Centrale, Garibaldi, Rogoredo, Certosa, Cadorna - e delle aree contigue. Le azioni messe in campo avranno, infatti, lo



scopo di assicurare una migliore fruibilità dei contesti limitrofi alle stazioni con una collaborazione costante tra Prefettura, Comune di Milano, Forze di Polizia, associazioni e cittadini per una "sicurezza partecipata". Una cabina di regia coordinata dalla Prefettura di Milano verificherà lo stato di attuazione degli impegni assunti con il Patto "Stazioni Sicure".

Tra gli impegni per le associazioni firmatarie: campagne di sensibilizzazione nei confronti dei propri associati per rafforzare il sistema di "sicurezza partecipata"; favorire la comunicazione alle Forze di polizia di reati e attività illecite per un tempestivo intervento; promuovere tra gli associati l'installazione o il potenziamento dei sistemi di videosorveglianza nelle aree di propria pertinenza, il posizionamento di manufatti (pilomat, fioriere, recinzioni) a protezione delle proprie pertinenze e anche la cura di piccole porzioni di spazio pubblico (come ad esempio le aiuole).



Alcune foto di Federico Giusti

Inoltre, per il comparto del turismo, è prevista la promozione di corsi specifici di formazione per il personale addetto all'attività di receptionist. "Le stazioni ferroviarie e le aree ad esse circostanti – ha affermato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - sono le porte d'accesso per la città: un 'biglietto da visita'. Le iniziative come questo Patto contribuiscono ad accrescere la sicurezza, ma aiutano anche a consolidare l'attrattività internazionale di Milano e il turismo".



Il presidente della Camera di Commercio e di Confcommercio all'inaugurazione della sede milanese

Inaugurata a Milano la sede del Tribunale Unificato dei Brevetti alla presenza, fra gli altri – oltre ai vertici milanesi di giudici e avvocati - del vicepresidente del Consiglio e ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale

Antonio Tajani e del ministro della Giustizia Carlo Nordio. Per le Istituzioni locali il presidente di Regione Lombardia Attilio Fontana e, in rappresentanza del sindaco di Milano Giuseppe Sala, l'assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Alessia Cappello. All'iniziativa è intervenuto il presidente della Camera di Commercio e della Confcommercio Carlo Sangalli.

“Questo incontro – ha affermato – rappresenta un passaggio di grande rilevanza per Milano, per l'Italia e per il nostro ruolo in Europa”. Sangalli ha ringraziato Marina Tavassi che ha coordinato il Tavolo Tecnico “per il grande lavoro che ha svolto negli anni e per il suo prezioso contributo a livello europeo nel raggiungere l'importante Accordo sul brevetto unitario”.

“L'inaugurazione della sede milanese della Divisione Centrale del Tribunale Unificato dei Brevetti rappresenta un valore aggiunto per la città e per il sistema delle imprese – ha sottolineato Sangalli - Questo successo è il frutto di un impegno congiunto tra istituzioni, associazioni e il Governo italiano che hanno lavorato instancabilmente anche per garantire che la nostra città fosse adeguatamente rappresentata in questo nuovo contesto europeo”. “Ed è un grandissimo risultato – ha spiegato Sangalli - per almeno due ragioni. La prima ragione deriva dall'entrata in vigore, il 1° giugno 2023, del nuovo sistema del Brevetto Unitario che porta semplificazione e certezza del diritto. In un momento in cui la cooperazione tra i Paesi membri è più che mai necessaria, questo Tribunale rappresenta un passo in avanti verso una gestione unitaria e armonizzata della proprietà intellettuale. Un'integrazione che non solo facilita l'attività delle imprese, ma promuove anche la competitività del sistema economico europeo nel suo complesso”.

“La seconda ragione – ha rilevato il presidente di Camera di Commercio e Confcommercio – è perché si rafforza il ruolo e la reputazione di Milano rispetto ai temi dell'innovazione e della proprietà intellettuale. L'assegnazione di que-

Carlo Sangalli: Milano più attrattiva con il Tribunale Unico dei Brevetti Ora la sfida è ampliare le competenze



sta sede rappresenta un riconoscimento della capacità di Milano di attrarre talenti e risorse. Negli ultimi

anni la nostra città ha dimostrato una straordinaria capacità di adattamento e crescita, diventando un punto di riferimento per l'economia europea.

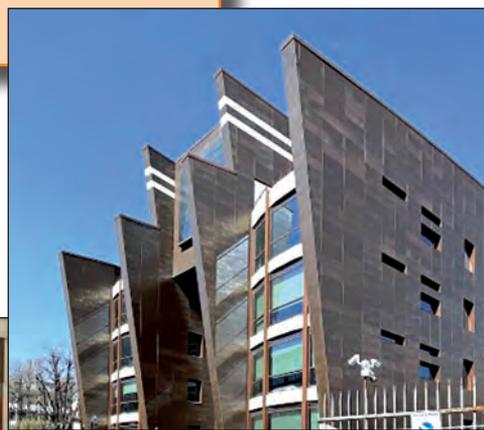
L'inaugurazione del Tribunale Unificato dei Brevetti con-

solidifica questa posizione e apre nuove opportunità di crescita professionale e sviluppo economico”. Inoltre, ha rilevato Sangalli “è importante sottolineare che l'Italia - in un'analisi condotta da Unioncamere - ha raggiunto un record significativo nel 2023 per le domande italiane di brevetto depositate presso l'EPO (European Patent

Office). L'anno scorso, sono state 5.053, con un aumento del 4% circa rispetto al 2022.

Sappiamo anche che la Lombardia e Milano hanno un ruolo trainante rispetto alla capacità brevettuale del Paese”: il 32% delle domande di brevetto è lombardo.

“Le sfide che ci attendono - a partire da un auspicato ampliamento delle competenze - iniziano oggi – ha concluso Sangalli - ma sono certo che questa sede diventerà punto di riferimento di eccellenza e sempre più un asset per la città”.



(Foto inaugurazione di Mario Barone)



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



Accordo quadro tra Confcommercio e Unioncamere per favorire l'incontro domanda-offerta di lavoro

Con l'obiettivo di attivare interventi in grado di affrontare le criticità che presenta il quadro complessivo del mercato del lavoro giovanile, legate al mancato incontro fra domanda ed offerta di lavoro, il presidente di Unioncamere Andrea Prete ed il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli hanno sottoscritto un accordo quadro con l'intento di avviare un percorso di collaborazione che si sviluppa su più direttrici di importanza strategica per favorire la transizione e l'inserimento nel mondo del lavoro. L'intesa è finalizzata ad intraprendere azioni sinergiche per valorizzare e diffondere esperienze di alternanza scuola lavoro di qualità, nonché ad individuare strumenti per certificare, attraverso il sistema camerale, le competenze acquisite con questi percorsi.



Andrea Prete e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Andrea Prete è stato confermato alla presidenza di Unioncamere per il prossimo triennio. Ingegnere e imprenditore, è alla guida della Camera di commercio di Salerno dal 2015. L'Assemblea dell'Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura ha anche rinnovato l'incarico agli otto presidenti di Camere di commercio che compongono l'Ufficio di presidenza: Antonio Paoletti (Venezia Giulia), che mantiene il ruolo di vicepresidente vicario; Klaus Algieri (Cosenza); Leonardo Bassilichi (Firenze); Tommaso De Simone (Caserta); Giorgio

Si prevedono interventi congiunti nell'ambito dell'orientamento formativo e professionale, con la valorizzazione sia dei percorsi offerti dalla filiera formativa tecnico professionale

e dagli ITS Academy sia delle rilevanti opportunità che derivano dall'acquisizione delle cosiddette competenze Stem. La condivisione e l'approfondimento del ricco patrimonio informativo offerto dal sistema di rilevazione Excelsior sui fabbisogni professionali e formativi espressi dalle

imprese potrà costituire la base per l'avvio di azioni mirate a favore del tessuto imprenditoriale del comparto del terziario. "Le imprese del commercio, del turismo e della cultura incontrano difficoltà crescenti a colmare la richiesta di nuovi lavoratori che, secondo le stime quest'anno, potrebbe riguardare oltre 170mila posizioni" ha evidenziato Sangalli. "E' per questo quanto mai importante - ha proseguito - attivare ogni possibile iniziativa che favorisca l'incontro fra i fabbisogni delle imprese ed i giovani che si affacciano al mondo del lavoro. L'accordo sottoscritto con Unioncamere va in questa direzione e rinsalda un rapporto su temi strategici per il superamento del problema del mismatch".

"Contrastare il mismatch tra domanda e offerta di lavoro e fare in modo che i giovani trovino rapidamente un'occupazione soddisfacente è un obiettivo prioritario per il nostro Paese" ha sottolineato il presidente di Unioncamere, Andrea Prete.

Mencaroni (Umbria); Giuseppe Riello (Verona); Gino Sabatini (Marche); Mario Domenico Vadrucci (Lecce).

"Vogliamo semplificare la vita delle aziende partendo dall'expertise del Registro delle imprese e dagli strumenti del sistema camerale che già esistono come lo Sportello unico per le attività produttive" ha detto Prete in Assemblea: "il sistema camerale si candida a svolgere un ruolo di facilitatore dell'ingresso di immigrati con profili

qualificati. Le Camere possono essere la piattaforma di servizio delle associazioni e delle imprese che necessitano di assumere lavoratori formati provenienti dall'estero".

"Da soli, lo diciamo sempre, non si va da

Unioncamere: la riconferma di Andrea Prete alla presidenza

nessuna parte. Le Camere di commercio sono istituzioni create per mettere insieme. Nella governance delle Camere si incontrano, infatti, le ragioni delle diverse associazioni di categoria. Nelle partecipazioni delle Camere sul territorio si rispecchiano le alleanze con le altre istituzioni pubbliche": così il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli.

La doppia tappa di Taylor Swift con i concerti a San Siro di luglio: i dati dell'Ufficio Studi di Confcommercio MiLoMB hanno avuto un ampio risalto mediatico

Forte risalto per Milano con i concerti a San Siro di Taylor Swift per la doppia tappa italiana del suo tour con 128 mila fan. Uno spettacolo diventato un fenomeno di studio in tutte le città del mondo in cui

è approdato grazie all'impatto economico generato. E a Milano la "Swiftonomics" ha influenzato l'economia della città. L'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha stimato, infatti, un indotto complessivo di quasi 177 milioni di euro (176,6). Dati che hanno avuto un forte risalto mediatico (vedi la rassegna stampa e video su confcommerciomilano.it). Spesa maggiore per l'alloggio, seguono i servizi di ristorazione, i biglietti per il concerto e il trasporto locale. Le strutture alberghiere della città e quelle extra alberghiere hanno registrato un aumento delle prenotazioni rispetto allo stesso weekend dello scorso anno: 4% per gli alberghi e 11,2% per B&B e case vacanza. Anche i turisti in arrivo dagli aeroporti milanesi sono cresciuti: i dati Sea ci dicono che da venerdì 12 a lunedì 15 luglio il traffico previsto è risul-

Milano, l'impatto della "Swiftonomics"



LA GRANDE FESTA DEL 13 E 14 LUGLIO

Effetto Taylor Swift in città: 176 milioni di indotto

Sono 128mila i fan attesi, 1.380 euro la spesa media pro capite. Negli aeroporti circoleranno 540mila persone. E i residenti di San Siro affittano le loro stanze

italiane dell'Eras Tour, che è iniziato nel maggio 2023 a Parigi e si concluderà il prossimo agosto a Londra. I primi, completamente contagiati dalla "febbre Taylor Swift", hanno cercato o stanno ancora cercando di acquistare gli agognati biglietti per il concerto, di accaparrarsi stanze d'hotel oppure voli e treni per raggiungere Milano. I secondi, d'altra parte, sono ben consapevoli del giro di affari da capogiro che la cantante si porta dietro.

UN FENOMENO PAZZESCO

dell'ufficio studi di Confcommercio Milano, la spesa maggiore dei fan sarà per l'alloggio. Seguono i servizi di ristorazione, i biglietti per il concerto e il trasporto, con una spesa pro capite media di 1.380 euro. Per il prossimo weekend, le strutture alberghiere ed extra alberghiere registrano un aumento delle prenotazioni rispetto agli stessi giorni dello scorso anno. Si parla di una crescita del 4 per cento per gli alberghi e dell'11,2 per cento per bed and breakfast e case vacanza.

po che gestisce gli aeroporti di Linate e Malpensa, dicono che da venerdì 12 a lunedì 15 luglio il traffico previsto è in aumento dell'8,7 per cento, con oltre 540mila passeggeri in arrivo e in partenza.

Secondo Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, il capoluogo lombardo è perfettamente in grado di reggere un fenomeno di tale portata perché «si è consolidato nel tempo come capitale dei grandi eventi e polo attrattivo per manifestazioni internazionali».



IL CONCERTO

Taylor Swift, concerto a San Siro: l'economia di Milano ringrazia

tato in aumento dell'8,7% rispetto allo stesso periodo 2023 con oltre 540 mila passeggeri – in arrivo e in partenza - negli aeroporti di Linate e Malpensa. "Milano – ha dichiarato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio MiLoMB - si è consolidata nel tempo come capitale dei grandi eventi e polo attrattivo per manifestazioni internazionali. Dalle Fashion Week al Salone del Mobile, la città è in grado di richiamare e accogliere migliaia di visitatori italiani e stranieri. I concerti estivi ne sono la prova. E hanno confermato non solo il ruolo strategico di location come lo stadio di San Siro, ma anche la capacità logistico-organizzativa di Milano". (MD)

Completate le opere di ristrutturazione previste nel complesso formativo di viale Murillo 17 a Milano: il progetto "Vivaio Lavoro" è stato realizzato nell'ambito dell'Accordo di programma tra Regione Lombardia e Comune di Milano

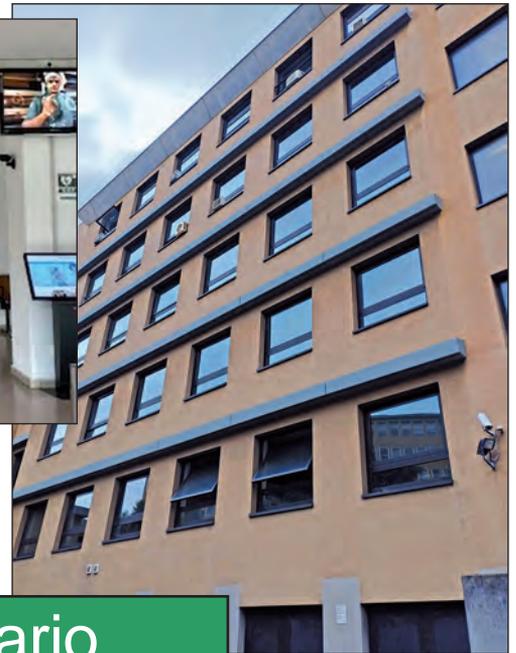
e con l'adesione di CAPAC – Politecnico del Commercio e del Turismo e Formaterziario, grazie anche al sostegno di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Confcommercio Lombardia. A seguito degli interventi, che hanno comportato investimenti

per quasi 1.9 milioni di euro, sono stati conseguiti gli obiettivi di:

- adeguamento degli impianti e realizzazione di opere di manutenzione straordinaria di componenti edilizie interne ed esterne, finalizzate anche alla conformità alla normativa antincendio;
- acquisizione di nuove attrezzature tecnologiche a servizio dei laboratori, nonché l'allestimento/arredo di aule "4.0" con attrezzature innovative (impianti di call conference per la didattica blended, lavagne digitali interattive touch screen di ultima generazione, 400 notebook per gli studenti);
- sviluppo del progetto formativo in grado di integrare servizi diversificati per target: formazione studenti (professionale e superiore), accompagnamento al lavoro (orientamento professionale e formativo, bilancio e certificazione delle competenze), servizi alle imprese (formazione continua), supporto allo start up di nuove imprese e all'autoimprenditorialità, osservatorio tecnico-scientifico sui trend del settore.



Gli interventi realizzati vanno a beneficio



CAPAC e Formaterziario in viale Murillo a Milano

Completate le opere di ristrutturazione della sede



delle attività didattiche del polo formativo di Milano in viale Murillo che ogni anno realizza attività di formazione per oltre 9.000 allieve/i e per più di



amatoriali, politiche attive del lavoro, apprendistato duale e formazione continua per le aziende.

1.100 imprese del terziario. In viale Murillo CAPAC Politecnico del Commercio e del turismo realizza percorsi di istruzione e formazione professionale dopo la terza media (indirizzi Cucina, Sala – Bar, Panificazione – Pasticceria, Informatica ed Estetica), formazione permanente e abilitante per adulti (Food & Beverage, Immobiliare), corsi



Da marzo 2024

Olimpiadi Milano Cortina 2026 L'aggiornamento delle notizie

Cassa Depositi e Prestiti investe 50 milioni di euro nel fondo Villaggio Olimpico (marzo 2024)

Con il suo braccio infrastrutturale Cdp Real Asset e un investimento di 50 milioni, Cassa Depositi e Prestiti entra nel Fondo Villaggio Olimpico gestito da Coima Sgr che si sta occupando della riqualificazione a Milano dell'ex scalo di Porta Romana. Il Fondo è così partecipato dal Fondo nazionale dell'abitare sociale di Cdp Real Asset per una quota di minoranza (36%) e dal Fondo Coima Housing (promosso anche da Intesa Sanpaolo) per la parte maggioritaria.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Cassa-Depositi-e-Prestiti-investe-50-milioni-nel-fondo-Villaggio-Olimpico/>



Kiko Milano sponsor di Milano Cortina 2026 (marzo 2024)

Fondazione Milano Cortina 2026 e Kiko Milano, azienda italiana di cosmetici, hanno siglato un accordo di partnership che ufficializza l'inizio di un percorso di collaborazione in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026. Qualità, trasformazione e inclusività: sono questi gli elementi che hanno reso Kiko Milano azienda leader nella cosmetica e che incontrano i valori del nuovo modello innovativo dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali promosso dalla Fondazione Milano Cortina 2026.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Kiko-Milano-sponsor-di-Milano-Cortina-2026/>

Da Regione Lombardia 10 milioni per il nuovo svincolo Santa Giulia (marzo 2024)

Regione Lombardia stanZIA 10 milioni di euro per la realizzazione del nuovo svincolo della A51 Tangenziale Est di Milano verso il quartiere Santa Giulia, fondamentale per l'accessibilità al Palalitalia - l'arena che ospiterà

le competizioni di hockey di Milano Cortina 2026 - ma anche per garantire migliori condizioni di fluidità del traffico pendolare in un ambito fortemente congestionato. L'opera sarà completata, da cronoprogramma, entro dicembre 2025.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Da-Regione-Lombardia-10-milioni-per-il-nuovo-svincolo-Santa-Giulia/>



Il CdA di Fondazione Milano Cortina 2026 conferma il Budget Lifetime (marzo 2024)

Il Consiglio di Amministrazione della Fondazione Milano Cortina 2026, riunitosi martedì 26 marzo, ha confermato all'unanimità il Budget Lifetime al 2026. Nonostante l'incidenza di fenomeni inflattivi e di perduranti tensioni geopolitiche internazionali, il Budget Lifetime dei prossimi Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali presenta un pareggio economico finanziario e non si discosta, al netto dell'inflazione, da quello ipotizzato nel dossier di candidatura, nell'intorno di € 1.6 miliardi.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Il-CdA-di-Fondazione-Milano-Cortina-2026-conferma-il-Budget-Lifetime/>

I Looney Tunes protagonisti del merchandising olimpico di Milano Cortina 2026 (marzo 2024)

Warner Bros. Discovery Global Consumer Products (WBDGCP) ha annunciato la collaborazione con il Comitato Olimpico Internazionale (CIO) per la realizzazione a livello mondiale di un programma di prodotti di consumo sviluppati con i licenziatari ufficiali e con protagonisti i personaggi Looney Tunes. I personaggi Looney Tunes di Warner Bros. Discovery come Bugs Bunny, Lola Bunny, Daffy Duck, Will E. Coyote e Tweety saranno protagonisti di prodotti a tema olimpico che inizieranno ad essere distribuiti fino al 2026.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/I-Looney-Tunes-protagonisti-del-merchandising-olimpico-di-Milano-Cortina-2026/>



Intercom Dr. Leitner è partner di Milano Cortina 2026

(aprile 2024)

Il Comitato Organizzatore di Milano Cortina 2026 e Intercom Dr. Leitner hanno avviato un rapporto di partnership in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026. Intercom Dr. Leitner è una realtà altoatesina con oltre cinquant'anni di esperienza nel campo della tecnologia del ghiaccio e delle attrezzature per le piste da sci.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Intercom-Dr.-Leitner-sponsor-di-Milano-Cortina-2026/>

Iniziati i lavori per lo Ski Stadium di Bormio

(aprile 2024)

Sono iniziati l'8 aprile i lavori di realizzazione dello Ski Stadium di Bormio con due mesi di anticipo rispetto al cronoprogramma. La struttura, che ospiterà le gare di sci alpino maschile durante i Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, potrà essere pronta entro l'autunno 2025. Il progetto prevede la costruzione di due edifici, la Family Lounge (più noto come Ski Stadium) e l'Hospitality Lounge. Sarà inoltre completamente ridisegnata la zona di arrivo della pista Stelvio.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Iniziati-i-lavori-per-lo-Ski-Stadium-di-Bormio/>



Nasce Fan26, la Digital Community di Milano Cortina 2026

(maggio 2024)

È nata la Digital Community di Milano Cortina 2026. È ora possibile iscriversi alla community Fan26. Con l'accesso all'area riservata sarà possibile accedere all'unico canale ufficiale per l'acquisto dei biglietti dei Giochi di Milano Cortina 2026, candidarsi ai programmi Volontari e Tedofori e condividere momenti speciali forniti da Milano Cortina 2026 e dai suoi Partner. Saranno inoltre disponibili in anteprima gli aggiornamenti sui prodotti ufficiali e le iniziative di Milano Cortina 2026.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Nasce-Fan26-la-Digital-Community-di-Milano-Cortina-2026/>



▶ ▶ ▶ segue a pag. 18 ▶ ▶ ▶

▶ ▶ ▶ segue da pag. 17 ▶ ▶ ▶

Milano Cortina 2026: quali ricadute per le imprese? Il sondaggio di Confcommercio MiLoMB (maggio 2024)

Durante l'evento "Sport Per Ben Essere", organizzato da Confcommercio MiLoMB dal 9 al 12 maggio 2024 a Palazzo Castiglioni, sede della Confcommercio milanese, sono stati presentati i risultati del sondaggio a cura dell'Ufficio Studi Confcommercio MiLoMB (vedi *Unione Informa di giugno* a pag. 5 n.d.r.). Focus della ricerca le ricadute dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026 sulle imprese. Il 54% delle imprese prevede un aumento del fatturato fino al 10 per cento. Voglia di eventi "Fuori Salone" per benefici più diffusi e maggiore attrattività, ma servono più notizie sulle manifestazioni: il 67% è ancora poco o per nulla informato. I risultati completi del sondaggio sono disponibili su [confcommerciomilano.it](https://www.confcommerciomilano.it).



Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Milano-Cortina-2026-quali-ricadute-per-le-imprese/>



Prima volta di Milano Cortina 2026 all'ONU (giugno 2024)

Fondazione Milano Cortina 2026 è intervenuta all'ONU (Organizzazione delle Nazioni Unite), nella sede a New York, all'interno del dibattito promosso dal CIO con UNODC (Ufficio delle Nazioni Unite per il controllo della droga e la prevenzione del crimine) dal titolo "C:ORE Sport against Crime: Outreach, Resilience, Empowerment of at-risk youth". È la prima volta che un Comitato Organizzatore delle Olimpiadi partecipa attivamente ai lavori dell'ONU.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Prima-volta-di-Milano-Cortina-2026-allONU/>



Sea Prime amplia il Terminal di Milano Linate in previsione di Milano Cortina 2026

(giugno 2024)

Un ampliamento di 2mila metri quadrati, di cui 400 destinati a locali tecnici e magazzini necessari alle operazioni di scalo. Questo il progetto di Sea Prime - che con il brand Milano Prime è il principale gestore aeroportuale del comparto business in Italia e Europa - da realizzare entro il 2026 in previsione delle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026.

L'operazione di restyling riguarderà il terminal e le aree di parcheggio e permetterà l'incremento delle lounge e delle aree di servizio ai passeggeri. L'investimento sarà di 8-9 milioni di euro.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Sea-Prime-amplia-il-Terminal-di-Milano-Linate-in-previsione-di-Milano-Cortina-2026/>

Partnership tra Milano Cortina 2026 e Juniper Networks Italia (luglio 2024)

Fondazione Milano Cortina 2026 e Juniper Networks Italia hanno siglato un accordo di partnership in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026. La collaborazione mira a ottimizzare i sistemi di rete, oltre a garantire la protezione dei dati e delle informazioni che viaggeranno virtualmente durante il grande evento sportivo del 2026.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Partnership-tra-Milano-Cortina-2026-e-Juniper-Networks-Italia/>



Al via il programma di ticketing di Milano Cortina 2026 (luglio 2024)

È possibile iscriversi e accedere in anteprima alla biglietteria ufficiale di Milano Cortina 2026 che permetterà, a seguito dell'estrazione nel gennaio 2025, di acquistare i biglietti migliori per le competizioni Olimpiche. La vendita prioritaria dei biglietti per i Giochi Olimpici inizierà a febbraio 2025, quella per i Giochi Paralimpici a marzo 2025. Sarà comunque possibile acquistare i biglietti, anche senza la partecipazione all'estrazione, da aprile 2025, quando sarà aperta la fase di vendita libera.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Al-via-il-programma-di-ticketing-di-Milano-Cortina-2026/>

Attivo lo shop online ufficiale di Milano Cortina 2026 (luglio 2024)

Ha aperto lo shop online ufficiale di Milano Cortina 2026, lo store in cui si possono trovare in esclusiva tutti i prodotti e gadget ufficiali dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026. Disponibili in esclusiva prodotti, gadget, mascotte, t-shirt e hoodie dei Giochi in una vasta gamma di taglie e colori.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Attivo-lo-shop-online-ufficiale-di-Milano-Cortina-2026/>



La Torcia di Milano Cortina 2026 sarà svelata in contemporanea a Milano e a Expo Osaka 2025 (luglio 2024)

Nel mese di aprile del 2025 il Comitato Organizzatore di Milano Cortina 2026 svelerà, in contemporanea a Milano e a Osaka, in occasione di Expo 2025, la Torcia delle Olimpiadi e Paralimpiadi 2026. Venerdì 12 luglio Fondazione Milano Cortina 2026 e il Commissariato generale per l'Italia a Expo 2025 Osaka hanno infatti firmato un protocollo d'Intesa che definisce la partecipazione di Milano Cortina 2026 a Expo 2025.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/La-Torcia-di-Milano-Cortina-2026-sara-svelata-in-contemporanea-a-Milano-e-a-Expo-Osaka-2025/>

Parte il programma Hospitality di Milano Cortina 2026 (luglio 2024)

Grazie alla collaborazione con On Location, Official Hospitality Provider dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, è stato lanciato un programma di accesso prioritario per opzionare i pacchetti Hospitality, comprensivi di biglietto garantito per assistere agli eventi Olimpici e di servizi accessori esclusivi. Con quest'opportunità il pubblico potrà ottenere i posti migliori per gli eventi Olimpici, un'ospitalità d'eccezione nelle "venues" di gara e partecipare a eventi unici e speciali, oltre ad avere garantito l'alloggio.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Parte-il-programma-Hospitality-di-Milano-Cortina-2026/>



(a cura di ADB e LR)

TicketOne è Official Supporter di Milano Cortina 2026 (luglio 2024)

TicketOne e Milano Cortina 2026 hanno firmato un accordo di partnership in previsione dei prossimi Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali. L'azienda, che fa parte del gruppo CTS EVENTIM, fornirà al Comitato Organizzatore tutti i servizi di ticketing e di accesso per le competizioni mettendo a disposizione la sua esperienza nella vendita di biglietti per grandi eventi.

Approfondisci: <https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/TicketOne-e-Official-Supporter-di-Milano-Cortina-2026/>

Tra Federalberghi e Faita e Filcams Cgil, Fisascat Cisl, Uiltucs Uil

Sottoscritta da Federalberghi e Faita, insieme a Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil, l'ipotesi di accordo di rinnovo del Contratto collettivo nazionale per i dipendenti di aziende del settore del turismo.

Il Ccnl si applica ai lavoratori occupati in alberghi, villaggi turistici, campeggi, porti turistici, ostelli, bed&breakfast e più in generale in tutte le attività turistico ricettive italiane, alberghiere ed extralberghiere nonché alle attività annesse alle

stesse, quali centri congressi, stabilimenti termali, stabilimenti balneari, bar, ristoranti, etc. Le trattative erano iniziate il 27 febbraio 2020 in pieno inizio della bufera Covid. L'intesa – il contratto collettivo più rappresentativo applicato ad oltre l'81% dei dipendenti – riguarda 28mila aziende e, considerando il periodo estivo, fino a 410.000 addetti di alberghi e campeggi. Il nuovo contratto ha avuto decorrenza a partire dal 1° luglio e sarà valido sino al 31 dicembre 2027, per una durata di complessivi quarantadue mesi. L'aumento complessivo di 200 euro lordi mensili, riferi-

Accordo per il rinnovo del Ccnl nel settore turistico

Federalberghi Lombardia



FABIO PRIMERANO PRESIDENTE FEDERALBERGHI LOMBARDIA: DAL NUOVO CONTRATTO INNOVAZIONE NELLE FIGURE PROFESSIONALI DEL TURISMO

“Con l'accordo per il nuovo Contratto abbiamo il riconoscimento di nuove fondamentali figure professionali: dal revenue manager, al social media manager, agli ambiti del digital marketing e dell'innovazione tecnologica. Non più soltanto i tradizionali profili del comparto ricettivo come, a titolo d'esempio, receptionist e portieri. Significativo anche l'inquadramento delle figure professionali del segmento spa-wellness (coordinatore della spa, dietista, personal trainer, operatore di assistenza termale, addetto al centro benessere). Complessivamente è un passaggio importante che porta innovazione e accresce il



ti al quarto livello, viene erogato in cinque tranches: dopo la prima, 70 euro, pagata con la retribuzione del mese di luglio 2024, le ulteriori quattro vengono erogate a decorrere da giugno 2025, maggio 2026, aprile 2027 e novembre 2027. Oltre alla parte economica, nel rinnovo contrattuale sono intervenute importanti modifiche riguardanti:

- l'aggiornamento del sistema di classificazione del personale;
- la disciplina dei contratti a termine;
- la procedura informativa da seguire in occasione dei cambi di appalto di servizi;
- l'aggiornamento della retribuzione dei lavoratori extra;
- la tutela della genitorialità.



Fabio Primerano, presidente Federalberghi Lombardia

livello qualitativo del nostro turismo”: lo ha sottolineato Fabio Primerano, presidente di Federalberghi Lombardia. “Siamo convinti che questo importantissimo risultato sia di beneficio non soltanto per gli operatori, ma soprattutto per le nostre risorse – ha affermato Primerano – che vedranno aumentare non solo il livello retributivo, ma ulteriormente anche la loro professionalità e possibilità di crescita, ac-crescendo in tal modo la qualità dell'ospitalità lombarda”.



Dal 26 al 28 settembre all'Allianz MiCo

Dal 26 al 28 di questo mese di settembre si svolge presso l'Allianz MiCo la 37ma edizione del Salone Franchising Milano, l'evento fieristico dedicato al franchising ed al retail organizzato da Fiera Milano. Salone Franchising Milano è stato presentato a inizio estate con un Launch Day nella Red Lounge del Centro di Servizi di Fiera Milano Rho (le foto della pagina si

riferiscono a quest'iniziativa). Come hanno confermato i dati di Assofranchising (vedi *Unione Informa* di luglio agosto alle pagine 14 e 15 n.d.r.) il franchising continua a crescere a ritmo sostenuto. Grazie agli investimenti attuati per coinvolgere nuovi franchisee, in particolare da parte dei grandi brand, e alla creazione di nuove insegne, il comparto, che vale oggi l'1,8% del Pil, ha consolidato nel 2023 il suo trend di sviluppo con un giro d'affari che sfiora i 34 miliardi di euro (in crescita del 9,9% rispetto all'anno precedente). Le insegne operanti in Italia sono 929 e hanno attivi 65.806 punti vendita (+4.664 rispetto all'anno precedente). Anche gli occupati sono in aumento del 13,8% (+34.919 nuovi addetti per un totale di 287.767 unità).

Molte insegne hanno confermato la partecipazione al Salone. Come Eurospin, main partner del Salone, insieme a Coop Lombardia e Crai Secom, solo alcune tra le insegne della gdo. Spiccano - rileva Fiera Milano - anche i ritorni di McDonald's, Doppio Malto, LaYogurteria, 12Oz e Kebhouze, fra i big del food&beverage. Tornano al Salone Franchising Milano anche i brand dedicati alla bellezza e alla cura di sé con L'Erbolario e F**K insieme al commercio specializzato con Coin, Kids & Us, Kipoint. Non manca Anytime Fitness, in rappresentanza di uno dei mercati in più rapida crescita. Numerose realtà partecipano al Salone Franchising Milano

per la prima volta: come, solo per citarne alcuni, Alice Pizza, Spritzeria e Tutto Capsule per il food insieme a Naturhouse e Caddy's nel beauty.

Si conferma per il Salone la suddivisione del layout in aree merceologiche che ospitano insegne affini. Più spazio poi agli incontri di business grazie alla nuova Lounge studiata per offrire momenti di confronto "one to one" nel comfort.

Importante novità di quest'edizione è l'Area Consulenza, interamente dedicata ai franchisor e

ai franchisee. Tutti i partecipanti del Salone possono usufruire di quest'opportunità prenotando un momento di incontro con una società di consulenza per ricevere informazioni e consigli. Inoltre è stata sviluppata una App dedicata che permette alle insegne espositrici di presentare al meglio la propria attività oltre che di fissare appuntamenti con i propri potenziali clienti.

Per approfondire i temi più importanti per diventare franchisee, torna a Salone Franchising Milano una proposta di formazione di eccellenza che - ricorda Fiera Milano - ha avuto grande successo nella precedente edizione. Il palinsesto di incontri, articolato sulle tre giornate di manifestazione, è costruito intorno a due tematiche principali: la gestione strategica e i trend di sviluppo del business.

Fra gli argomenti che coinvolgono gli aspetti strategici della gestione dell'attività, spiccano i focus sugli aspetti finanziari, con un'analisi degli strumenti più tradizionali, degli innovativi modelli di crowdfunding, delle risorse offerte da enti governativi per sostenere l'imprenditoria insieme alle recenti strategie di acquisizione adottate dai fondi di investimento

per promuovere la crescita sostenibile dei franchisor.

Un'attenzione particolare viene anche dedicata all'aspetto immobiliare. Per far fronte a queste e ad altre tematiche legate al settore, Salone Franchising Milano 2024 ospita una vasta gamma di esperti, franchisor, franchisee, retailer e rappresentanti delle principali associazioni del franchising e retail. (SM)



Salone Franchising Milano Conto alla rovescia



L'indagine a campione dell'Associazione cartolibrari e giocattoli: per il 70% non vi sarà il passaggio di testimone familiare

Futuro a Milano con sempre meno cartolibrerie? Da un'indagine a campione (oltre 30 esercizi commerciali cittadini) realizzata dall'Associazione cartolibrari e giocattoli, il 70% degli operatori ha segnalato che non vi sarà ricambio generazionale (per differenti scelte lavorative dei giovani che non proseguono l'attività familiare) e molti, ormai, non sono lontani dalla pensione.

"E' sempre più difficile la raccolta del testimone – ha affermato Alfredo Scotti, presidente dell'Associazione cartolibrari milanesi - il rischio concreto è che entro 5-7 anni a Milano

città vi possano essere solo poche decine di cartolibrerie". Le cartolibrerie oggetto dell'indagine a campione sono, nella maggioranza dei casi, imprese attive da 20, 30 anni. "Cartolibrerie – ha aggiunto Paolo Uniti, direttore dell'Associazione – che hanno fornito prodotti a generazioni di mila-



Alfredo Scotti, presidente dell'Associazione cartolibrari milanesi

Cartolibrerie milanesi Ricambio generazionale sempre più difficile

nesi. Negozi di prossimità con una funzione anche sociale, in particolare nei quartieri più periferici: un ruolo a rischio".

Ma l'indagine dell'Associazione cartolibrari non ha voluto essere solo un'operazione "Amarcord". Dagli uffici di corso Venezia 51, anzi, si è suggerito ai giovani che vogliono intraprendere un'attività in proprio,

di prendere in considerazione anche il mondo dei libri scolastici e dei prodotti di cartolibreria: settore che ha superato numerosi periodi di crisi. Durante la fase più dura del Covid, ricorda l'Associazione, i cartolibrari consegnavano a domicilio libri, riviste e prodotti di cancelleria ai milanesi.



OBBLIGO SU CAMION E FURGONI DEI DISPOSITIVI PER L'ANGOLO CIECO: REGISTRARSI ONLINE PER EVITARE, DA OTTOBRE, LA SANZIONE AUTOMATICA A MILANO IN AREA B

Per poter circolare in Area B, il Comune di Milano ha introdotto lo scorso anno l'obbligo di installare i dispositivi per angolo cieco: per camion N3 e autobus M3 (l'obbligo è entrato in vigore dal 1° ottobre 2023); per furgoni N2 e autobus M2 (l'obbligo entra in vigore il 1° ottobre 2024). Obbligo che vale dal lunedì al venerdì, dalle 7.30 alle 19.30, esclusi i festivi.

Possono circolare, anche sprovvisti di dispositivi per angolo cieco:

fino al 31 dicembre 2024, gli N3 e gli M3 i cui proprietari dimostrino il possesso di un contratto di acquisto dei dispositivi, da inviare (ordine di acquisto con numero di kit ordinati, marca e modello) online al Comune di Milano;

fino al 31 dicembre 2025, gli N2 e gli M2 i cui proprietari dimostrino il possesso di un contratto di acquisto dei dispositivi, da inviare (ordine di acquisto con numero di kit ordinati, marca e modello) online al Comune di Milano.

La novità di quest'anno riguarda il sanzionamento che avviene automaticamente a partire dal 1° ottobre dai varchi di accesso di Area B. Per evitare le sanzioni, è indispensabile registrarsi online sul sito di Area B: <https://areab.atm.it/it-IT/Web/AreaB>. (CC)



Comincia con le password la "Cyber per tutti" di Assintel

“La Cyber per tutti” è la nuova iniziativa del Cyber Think Tank di Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict e digitali) pensata per offrire alle imprese un supporto di immediata comprensione per migliorare la loro sicurezza informatica. Sensibilizzando, allo stesso tempo, il management sull'importanza degli investimenti in sicurezza. Anche i dati, del resto, lo confermano: come evidenzia l'Assintel Cyber Report 2023, le pmi sono i bersagli più vulnerabili agli attacchi dei "criminal hackers". "La Cyber per tutti" vuole affrontare i vari temi della cyber-security con elementi comunicativi fruibili con semplicità ed

Per supporto e per maggiori info scrivere a segreteria@assintel.it



Consigli per creare una password "invioabile"

Con l'accrescersi delle violazioni dei dati e degli attacchi di ingegneria sociale, una **password sicura** è la prima linea di difesa.

- 1 Non usare informazioni personali
- 2 Usare caratteri speciali
- 3 Usare almeno 12 caratteri
- 4 Usare password differenti per differenti account
- 5 Cambiare password regolarmente (almeno ogni 90 giorni)
- 6 Non condividere le password e non scriverle su POST-IT
- 7 Abilitare, se possibile, l'autenticazione a due fattori
- 8 Disabilitare "Ricordare Password?" sui motori di ricerca
- 9 Evitare frasi di senso compiuto o ad uso comune
- 10 Non memorizzare password nel browser

Queste password possono essere craccate in 0.00 secondi per cui affrettiamoci a cambiarle!

Credits by: Swascan



immediatezza, come fumetti ed infografiche (utilizzabili sia in azienda, sia come strumento informativo verso clienti e partner). Il primo tema che Assintel ha proposto è come creare una password inviolabile. (SM)



I risultati del concorso che ha coinvolto gli studenti per creare una campagna di comunicazione con una corretta informazione sulla deforestazione

Il mercato di carta e cartone (nuovo e riciclato) è estremamente vivo: ogni anno vengono prodotte in Europa circa 80 milioni di tonnellate. Ma non è tutto oro quello che luccica: il trend, infatti, negli ultimi anni, dell'utilizzo della carta per comunicazione ed editoria è decisamente negativo.



Qui sopra il presidente di ADICA Paolo Villa (con studentesse premiate per il concorso)

Un tema molto sensibile per il settore è la deforestazione, che, però, in Europa non esiste. E, in ogni caso, anche fuori dal nostro continente, la causa non è la produzione di carta. Le industrie che usano il legno come materia prima sono infatti interessate allo sviluppo delle foreste, non certo alla loro distruzione.

Nasce così, durante uno dei tanti incontri che organizza annualmente Adica nella sede di Confcommercio Milano, il progetto "Piu' Carta Piu' Alberi".

Dopo aver creato un logo ad opera del grafico Fabio Gamberini, i rappresentanti delle varie associazioni e gli imprenditori del settore hanno iniziato a visitare un consistente numero di istituti di grafica del territorio italiano, coinvolgendo più di



Con le scuole di grafica è partito il progetto "Più Carta Più Alberi" promosso da ADICA e dalle altre principali realtà associative del settore

Si passa da una produzione europea di circa 50 milioni di tonnellate nel 2007 alle quasi 20 milioni di tonnellate oggi.

La filiera si è trovata, dunque, nella posizione di dover compiere una scelta: rimanere ad osservare gli eventi, oppure agire per tentare di capovolgere questo trend.

ADICA, l'Associazione nazionale distributori carta, e le altre principali realtà associative del settore si sono perciò unite per dar vita ad un progetto il cui obiettivo è quello di contrastare la cattiva informazione sul mondo della carta, le cosiddette "fake-news" responsabili - assieme alla concorrenza dell'online - di questo andamento negativo.



1.000 alunni, rappresentanti della Generazione Z, facendoli ragionare sui principali "falsi miti" che aleggiano sul settore della comunicazione stampata.

Ad ottobre 2023, con questi stessi istituti, è stato indetto un concorso per creare una campagna di comunicazione online e offline e promuovere la comunicazione stampata, invitando gli studenti a mettere in gioco tutta la loro creatività.

Il concorso, dal tema "Sostenibilità della comunicazione su carta", nato dalla collaborazione tra ADICA, Enip-Gct Nazionale,

Federazione Carta e Grafica, Argi Associazione (fornitori industria grafica) e Two Sides, progetto europeo che promuove la sostenibilità della comunicazione stampata, ha raggiunto numeri di grande rilievo con 17 istituti parte-

I produttori che usano il legno come materia prima sono interessati allo sviluppo delle foreste, non certo alla loro distruzione



cipanti e 102 progetti presentati da oltre 400 studenti delle scuole di grafica che si sono cimentati con grande creatività ed abilità nella realizzazione di campagne di comunicazione per aiutare a far chiarezza intorno al mondo della carta stampata. Il progetto "Più Carta Più Alberi" proseguirà con altre iniziative, quali mostre itineranti dei progetti realizzati, partecipazione a eventi e fiere e pubblicazione sui social istituzionali e non legati alla manifestazione e alle associazioni di categoria.



ORIGAMA LA CARTA

In queste foto immagini della campagna vincitrice del concorso: "Orig-ama la carta", realizzata da allievi della classe 5a AGC dell'IIS Istituto Aldini Valeriani di Bologna



ORIGAMA LA CARTA

Concorso: i primi tre classificati e le menzioni speciali

Il primo premio del concorso "Sostenibilità della comunicazione su carta" è stato vinto dalla campagna "Orig-ama la carta", realizzata da un gruppo di allievi della classe 5a AGC dell'IIS Istituto Aldini Valeriani di Bologna.

Seconda classificata "L'albero raccogli-tore", campagna opera degli studenti delle classi 3a A/B/C dell'AFP Patronato San Vincenzo di Bergamo.

Terzo posto per "Basta darmi colpe", realizzata da allievi della classe 5a TGB dell'IIS Leonardo da Vinci-Ripamonti di Como.

Menzioni speciali sono state, inoltre, conferite per la creatività a: "Foglio Sami", campagna realizzata da allievi della Classe 4a Tecnico Grafico dell'Istituto Rizzoli di Milano; per la grafica a "Paper quiz", realizzata da allievi delle Classi 5a A/B dell'Istituto Salesiano San Marco di Mestre.

Grazie alla produzione della carta, le foreste europee **crescono** al ritmo di **1500 campi** da calcio al giorno e sono molte di più rispetto a 50 anni fa.

ORIGAMA LA CARTA

I lavori sono stati selezionati e valutati da una giuria composta da: Valentina Zanca Candido (in rappresentanza di Enip-Gct); Massimo Ramunni (in rappresentanza della Federazione Carta e Grafica); Sara Bonini (in rappresentanza di Argi); Fabio Gamberini (grafico); Roberto Retrosi (in rappresentanza delle parti sindacali); Paolo Villa (presidente ADICA); Marco Nigrelli e Carlotta Berni (soci Adica); Fabrizio Savorani (tecnico esperto per Federazione Carta e Grafica).

Assemblee ordinaria elettiva e straordinaria al Mercato Comunale Morsenchio



sostenuto l'importanza di fare rete: strumento per evitare la desertificazione commerciale attraverso la qualificazione delle imprese. Dopo il dibattito l'Assemblea ha rieletto alla presidenza dell'Associazione Monfrini, il nuovo Consiglio Direttivo e il Collegio dei Proviviri (vedi box).

Assofood Milano Sergio Monfrini rieletto presidente

Sergio Monfrini è stato rieletto presidente di Assofood Milano, l'Associazione del

commercio al dettaglio alimentare di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Le assemblee ordinaria elettiva e straordinaria (per le modifiche statutarie) di Assofood Milano si sono svolte presso il Mercato Comunale Coperto Morsenchio. Vicepresidente di Assofood è Massimo Malfassi (eletto su proposta di Monfrini dal neo Consiglio Direttivo dell'Associazione convocato subito dopo il momento assembleare). L'Assemblea straordinaria di Assofood Milano (dopo aver ascoltato da

Claudio Salluzzo - segretario dell'Associazione, coordinatore della Filiera agroalimentare della Confcommercio milanese - le novità per gli adeguamenti

ai nuovi regimi Iva) ha approvato all'unanimità il rinnovo dello Statuto.

L'Assemblea ordinaria elettiva ha visto la relazione del presidente Sergio Monfrini che ha tracciato il bilancio dell'attività svolta con l'impegno della dirigenza di Assofood Milano sia nel mantenere il valore del sistema distributivo del commercio al dettaglio di vicinato, sia nell'aver garantito lo sviluppo dei Mercati Comunali Coperti come punto di riferimento non solo commerciale, ma anche sociale per il territorio. Monfrini, per il futuro, ha



Sergio Monfrini, rieletto presidente di Assofood



**Associazione Milanese
Esercenti il Commercio
Alimentare Tradizionale
al Dettaglio**

Le cariche sociali di Assofood Milano (2024-2029)

Presidente: Sergio Pietro Monfrini
Vicepresidente: Massimo Malfassi

Consiglio Direttivo (con Monfrini e Malfassi): Piero Bonardi; Bruno Calloni; Alfredo Riccardo Giordano; Vito Landillo; Luca Maggi; Antonio Morgese; Emilio Radrizzani; Barbara Sighieri; Patrizia Terzoli; Angelo Valentini.

Invitato permanente: Guglielmo Bruscolini.

Collegio dei Proviviri

Mario Rosa (presidente). Componenti: Dino Borin (presidente onorario Assofood); Bruna Colleoni; Gloria Reggè; Paolo Pellegatta.

Conferma di Tiziana Losa alla presidenza della Confcommercio territoriale di Abbiategrasso e dei vicepresidenti Angela Manzoni e Gianfranco Cima. Sono stati rieletti dal neo Consiglio Direttivo dell'Associazione votato dall'Assemblea. Presso la sede dell'Associazione territoriale Confcommercio di Abbiategrasso si sono svolte le assemblee straordinarie per l'approvazione delle modifiche statutarie ed ordinaria per eleggere il Consiglio Direttivo fino al 2029. In Assemblea presenti Carlo Alberto Panigo, vicepresidente Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; Giovanni Seveso, responsabile marketing Ente Mutuo. La presidente Tiziana Losa, in apertura dei lavori assembleari, ha ripercorso le azioni sindacali intraprese ed esposto le modifiche più rilevanti dello Statuto, votato poi dalla totalità dei presenti.

Il nuovo Consiglio Direttivo della Confcommercio territoriale di Abbiategrasso, eletto dall'Assemblea, è così composto: Tiziana Losa (di Giorgio di Losa Piergiorgio & C. - Abbigliamento); Angela Manzoni (de L'Altra Libreria di Manzoni Angela - Librerie); Luigi De Bosio (titolare dell'omonima impresa - calzature); Sergio Buzzi (dell'omonima impresa - ferramenta); Gabriele Baraldo (dell'omonima azienda - ambulante); Gianfranco Cima (di Miracca & Cima srl sb - Alimentari); Ernesto Locatelli (della Cartoleria Forni di Locatelli Ernesto & C.); Lorena Munari (de L'Isola non trovata - librerie);

Confcommercio Abbiategrasso Conferma di Tiziana Losa alla presidenza

Federica Balbo (di V.I.P. Sigarette Elettroniche); Giancarlo Raineri (dell'omonima azienda - alimentari); Silvia Invernizzi (di Invernizzi Silvia - amministratori condominio); Matteo Invernizzi (di Meloni Ercole di Invernizzi M. e C. - alimentari/ pubblici esercizi); Loris Moia (del Panificio Moia); Veronica Cairati (di Cairati Giovanni & C. - alimentari); Elio Caserio (agenti rappresentanti). (ID)



Tiziana Losa, riconfermata alla presidenza della Confcommercio territoriale di Abbiategrasso



Lorenzo Di Bello

Storico segretario e presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio

Basso Lodigiano Il ricordo di Lorenzo Di Bello

Vicini ai familiari e profondo cordoglio del presidente Carlo Sangalli con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per la scomparsa di Lorenzo Di Bello, storico segretario e presidente della Confcommercio territoriale del Basso Lodigiano. Come ricorda l'articolo di Sara Gambarini su "il Cittadino" di Lodi, Di Bello giunse da Brindisi negli Anni Sessanta a guidare l'Associazione del Basso Lodigiano, mandamento di Casale-Codogno, ricoprendo l'incarico di segretario dal 1964 al 1990. Seguirono anni difficili e di impegno nella Confcommercio

milanese con la rifondazione dell'Associazione nel Basso Lodigiano che dopo un periodo di autonomia tornò ad aderire a Confcommercio. Nel 1998 l'apertura della nuova sede Ascom in via Vittorio Emanuele a Codogno. Di Bello fu presidente dell'Associazione fino al 2011. Lorenzo Di Bello ha lasciato la moglie Rosaria ed i figli Roberto ed Enrico. Nell'articolo su "il Cittadino" il figlio Roberto ricorda il padre come un uomo che "...ha dedicato la sua vita al lavoro che lo vide sempre lottare per i suoi associati...". Da Isacco Galuzzi, segretario della Confcommercio territoriale del Basso Lodigiano il ricordo di "...una persona combattiva, dotata di grande senso delle istituzioni..." e, da parte del Direttivo della Confcommercio territoriale del Basso Lodigiano e i collaboratori tutti, l'espressione del più sincero cordoglio e di vicinanza ai familiari per la grave perdita.



FORMA
TIPO
B



FORMA
TIPO
C



FORMA
TIPO
D



FORMA
TIPO
Dplus



SMART



**SMART
Plus**



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA



A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MIANO - 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**

L'Associazione intervenuta sul parere espresso dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

Acad: la toelettatura degli animali non è solo un servizio di pulizia Valido l'impianto del progetto di legge lombardo



Davide D'Adda,
presidente di Acad

Critico il giudizio di Acad, l'Associazione dei commercianti di animali domestici e toelettatori, sul parere espresso dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato riguardo al progetto di legge di Regione Lombardia (n.22) sulla "Disciplina dell'attività di toelettatura di animali da compagnia". L'Autorità Garante non ritiene sia proporzionata e necessaria una formazione obbligatoria come requisito di accesso alla professione di toelettatore. Corso che costituirebbe un ostacolo all'ingresso di nuovi operatori a vantaggio di quelli già attivi sul mercato. Ma soprattutto, per l'Autorità Garante, l'attività di toelettatura, si riduce a un'attività economica che fornisce servizi di pulizia e tosatura di animali domestici non comparabile a una professione regolamentata.

"Pur comprendendo lo spirito con cui l'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato ha espresso il suo parere - rileva Davide D'Adda, presidente di Acad - l'attività di lavaggio e toelettatura animale non può certo essere ridotta ad una mera attività di pulizia. E in ogni caso il benessere dei nostri amici animali viene prima delle logiche del libero mercato.



re i giusti livelli di protezione ed assistenza del nostro animale da compagnia". "Le nostre attività ed i nostri operatori - aggiunge la vicepresidente Acad Rosa Egle - sono veri e propri centri del benessere animale, alla pari degli estetisti per la cura e il benessere delle persone". Acad ritiene perciò che il progetto di legge lombardo vada nella giusta direzione di tutelare il benessere degli animali da compagnia e di qualificare ulteriormente un settore che, da tempo, attende il corretto inquadramento professionale.

Aice

Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

AICE: A GO INTERNATIONAL IL 26 SETTEMBRE
WORKSHOP "L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL SISTEMA ECONOMICO LOMBARDO:
SITUAZIONE ATTUALE E PROSPETTIVE FUTURE"
CON L'ASSESSORATO ALLO SVILUPPO ECONOMICO
DI REGIONE LOMBARDIA

La quarta edizione di Go International, la fiera dei servizi per l'export organizzata

Aice (Associazione italiana commercio estero) e Trade Events torna il 25 e 26 settembre a Milano - Allianz MiCo (vedi *Unione Informa* di luglio agosto alle pagine 16 e 17 n.d.r.). Il 26 settembre, dalle ore 10.30, nell'ambito di Go International (Allianz MiCo, Gate 16, via Gattamelata 15) si svolge l'evento "L'internazionalizzazione del sistema economico lombardo: situazione attuale e prospettive future" organizzato da Go International in collaborazione con l'Assessorato allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia. L'appuntamento (Allianz MiCo - Sala Milano) è un'occasione di confronto tra protagonisti nazionali e regionali dell'internazionalizzazione per discutere lo stato attuale e il futuro dell'export lombardo.

GoINTERNATIONAL

La fiera dei servizi per l'export



Guido Guidesi,
assessore
allo Sviluppo Economico
di Regione Lombardia

Del presidente Aice e vicepresidente Confcommercio per l'internazionalizzazione Riccardo Garosci

Nuovi scenari con il mercato Usa La missione a New York

Trasferta americana per il presidente di Aice (Associazione italiana commercio estero) e vicepresidente Confcommercio nazionale (e MiLoMB) per l'internazio-

nalizzazione, Riccardo Garosci. Missione a New York, in occasione della festa dell'Indipendenza per una serie di incontri con i rappresentanti delle Istituzioni italiane per gli aggiornamenti su nuovi scenari del mercato americano e l'eventuale prossima presenza di una finestra operativa Aice/Confcommercio.

Garosci ha incontrato il Console Generale d'Italia negli Usa, Fabrizio Di Michele, con il quale è stata confermata reciproca disponibilità e interesse per relazioni dirette e continuative. New York è certamente una delle città più importanti del mondo per prodotti e servizi italiani e vive, con tutto il contesto americano, una situazione di migliorati rapporti economici e culturali con l'Italia nel quadro anche del ruolo Ue. L'Unione Europea è, infatti, il primo partner commerciale americano.

Per l'Italia gli Stati Uniti sono il terzo partner mondiale in export (il primo extraeuropeo) con 73 mld/\$ nel 2023 ed il primo per surplus commerciale con 44 mld/\$ lo scorso anno.

Rapporti che crescono costantemente da vent'anni: tra il 2003 ed il 2023 l'export italiano verso gli Stati Uniti è cresciuto del 187% e quello americano verso l'Italia del 173%.

Riccardo Garosci ha inoltre incontrato alcune imprese italiane già presenti negli Stati Uniti tramite la Camera di Commercio italiana a New York. Con il suo presidente, Alberto Milani, è stata ipotizzata l'apertura di un ufficio di rappresentanza per gli Usa, all'interno del loro sistema già da anni ben operativo su quei mercati. Il presidente Aice ha visitato la sede della Agenzia ICE/ITA, dove ha incontrato la nuova direttrice, da poco insediata, Erica Di Giovancarlo e il capo divisione Claudio Bertinetto. L'ufficio ICE/ITA di New York è sicuramente fra i più attivi per la promozione del Sistema Paese Italia, che si prepara ad ospitare nei prossimi 24 mesi il Giubileo a Roma e le Olimpiadi invernali a Milano-Cortina, con presenze di ospiti stranieri, molti americani, in numero elevato. Tanti inoltre, da sempre, gli eventi a New York di presentazione del Made in Italy dove Agenzia ICE e Aice, non da ieri, collaborano in missioni informative e commerciali per import-export. Conclusione condivisa da e con tutti gli interlocutori incontrati dal presidente Garosci è che l'importanza degli Stati Uniti per i mercati del ter-

ziario italiano sia ulteriormente aumentata dopo la



La sede del Consolato generale dell'Italia a New York



Il presidente Aice e vicepresidente Confcommercio Riccardo Garosci (a destra) con il Console Generale d'Italia negli Usa, Fabrizio Di Michele

recente visita del Capo dello Stato Sergio Mattarella a New York.



Garosci con la direttrice della sede di New York Agenzia ICE/ITA Erica Di Giovancarlo e il capo divisione Claudio Bertinetto



Sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e con il sostegno di Confcommercio



Premio Giorgio Ambrosoli I riconoscimenti dell'undicesima edizione

delle forze dell'ordine, delle imprese, delle professioni, del terzo settore, dei media, della magistratura, della pubblica amministrazione, della scuola, delle istituzioni religiose) che hanno tutelato la legalità in condizioni di pressione e pericolo.

Con l'undicesima edizione del Premio Giorgio Ambrosoli assegnati 5 premi, 7 menzioni speciali e 3 riconoscimenti all'impegno civile (vedi box). Patrizia Di Dio, vicepresidente Confcommercio con incarico per la legalità e la sicurezza ha sottolineato l'importanza dell'iniziativa: "Il nostro sostegno di lunga data, dal 2012, a questo Premio testimonia l'impegno effettivo di Confcommercio per la legalità e la sicurezza che sono requisiti fondamentali per l'economia e lo sviluppo.

L'iniziativa valorizza azioni concrete e modelli positivi ispirati ai principi dell'integrità, dell'etica e della responsabilità che rafforzano il tessuto sociale e lo stato di diritto".

A Milano, al Piccolo Teatro - Teatro d'Europa, assegnati i riconoscimenti dell'undicesima edizione del Premio Giorgio Ambrosoli: manifestazione sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, con il patrocinio di Regione Lombardia, del Comune e della Città Metropolitana di Milano, della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi e con il sostegno di Confcommercio. Riconoscimenti a 15 "esempi invisibili" (esponenti

Premi Giorgio Ambrosoli 2024

Sacrario Vittime della Polizia di Stato, don Giuseppe "Peppe" Diana, don Antonio Coluccia, Tiziana Ronzio, Bruno e Carla Caccia.

Menzioni Giorgio Ambrosoli

Imprenditore Guglielmo e Associazione Tazzina della Legalità, Lucia Aielli, Federica Angeli, Antonella Di Bartolo, Giacomo Di Girolamo, Raffaele Vitale, Giovanna Bruno.

Riconoscimenti Giorgio Ambrosoli all'impegno civile

Circolo Società Civile, Associazione Annalisa Durante, Cascina Caccia.

Camera Arbitrale di Milano: crescono del 63% in un anno le domande di gestione delle crisi di imprese lombarde

Cresciuto del 63%, in un anno, il numero delle istanze depositate da imprese lombarde per gestire e comporre le crisi patrimoniali, finanziarie ed economiche. In particolare, nel primo semestre 2024 sono state depositate alla Camera Arbitrale di Milano 116 istanze (erano 71 nel primo semestre dell'anno precedente). Chi presenta l'istanza? Per il 79% si tratta di S.r.l. (92 su 116). Fatturato: quasi un terzo (il 28%) rientra nella fascia tra 1 milione a 5 milioni di euro.

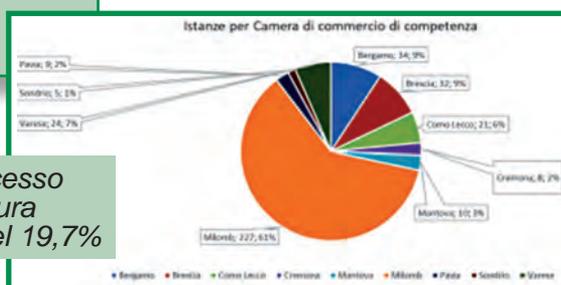
Nel primo semestre 2024 sono state risanate in Lombardia 11 imprese, tutte con sede a Milano, con 1.056 posti di lavoro salvaguardati.

Se si analizzano i dati dall'inizio dell'attività del servizio di Composizione negoziata della crisi di impresa (dal 15.11.2021 all'1/07/2024), le istanze lombarde rappresentano il 23% del totale nazionale. Quasi un'istanza su 4 è lombar-

da. In Italia sono state depositate in totale 1.608 istanze; in Lombardia 370. Sono 44 sono le istanze lombarde chiuse con esito positivo con un tasso di successo del 19,7%.

La Composizione negoziata della crisi è una procedura, nata il 15 novembre del 2021, per aiutare le imprese in difficoltà, ristrutturare le attività imprenditoriali e prevenire il default aziendale.

Il tasso di successo della procedura in Lombardia è del 19,7%



Si tratta di una procedura volontaria: è l'imprenditore a presentare l'istanza e a richiedere l'intervento di un esperto negoziatore/facilitatore che lo assiste, dialogando con i creditori, per la ricerca di una soluzione tesa al risanamento dell'azienda.

Le imprese, nel presentare la domanda, possono chiedere le misure protettive e cautelari: sono interventi volti a proteggere il patrimonio, i beni aziendali e i diritti con i quali viene esercitata l'attività di impresa dalle iniziative giudiziarie dei creditori. 270 imprese lombarde hanno fatto richiesta di misure protettive: il 64% proviene dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi.



ma una giornata evento, aperta dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, per celebrare i dieci anni di attività nel settore dell'alta formazione. L'appuntamento è

In Confcommercio Milano (corso Venezia 47, Sala Orlando). Lavori aperti dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

l'occasione per presentare agli studenti delle

scuole superiori l'offerta formativa post diploma. Intervengono docenti, ex allievi/e e testimonial delle imprese partner. (FG)

Dieci anni di ITS Academy Innovaprofessioni (Milano, viale Murillo 17): lunedì 14 ottobre dalle 10 in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, Sala Orlando) è in program-

Its Academy Innovaprofessioni Evento il 14 ottobre per celebrare i 10 anni di attività

Imprese e sostenibilità ambientale I webinar Confcommercio

Dopo i primi webinar di luglio prosegue il ciclo di sessioni formative - realizzato da Confcommercio, d'intesa con la Scuola di sistema confederale, in collaborazione con la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa e il GSE - che hanno l'obiettivo di rafforzare le competenze sui nuovi temi emergenti in materia di sostenibilità ambientale e di condivisione di energia. Temi che sono oggetto di approfondimento e consulenza da parte dello Sportello Sostenibilità ESG (tel. 027750305) di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per le imprese del territorio.

Temi oggetto di approfondimento e consulenza da parte dello Sportello Sostenibilità ESG di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Consultare - nel periodo che precede lo svolgimento - il portale di Confcommercio MiLoMb www.confcommerciomilano.it per ogni singolo webinar e modalità di adesione.

Sportello Sostenibilità-ESG una bussola per il futuro



Prossimi webinar Confcommercio in programma

Mercoledì 25 settembre (ore 11) - *Regolamento Ecodesign: come progettare servizi sostenibili.*

Mercoledì 23 ottobre (ore 11) - *Regolamento imballaggi: criticità e impatti per il terziario.*

Lunedì 11 novembre (ore 11) - *Direttiva quadro rifiuti: aggiornamento e modifica della direttiva 2008/98/CE.*

Giovedì 28 novembre (ore 11) - *Regolamento deforestazione: nuovi obblighi per gli importatori di prodotti derivati dal legno.*

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

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



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Il supporto completo per il tuo business verso una crescita internazionale.

Confcommercio Milano per mezzo di **AICE (Associazione Italiana Commercio Estero)** ti supporta nell'**internazionalizzazione della tua azienda**

- **Consulenza specializzata** su tutta la gestione dell'internazionalizzazione, dall'analisi di mercato alle operazioni di import-export.

- Formazione specialistica e approfondimenti con **seminari, convegni e corsi**

- **Opportunità di business:** ricerca clienti/fornitori.

- **Check-Up e-commerce** in ambito fiscale e doganale.

Ottieni un sostegno professionale in tutte le fasi di progettazione, pianificazione e avvio del processo di internazionalizzazione.

Accedi al servizio gratuito "Chiedi agli Esperti" per tematiche come **dogane** e fiscalità internazionale; **contrattualistica**, trasporti e pagamenti; **finanziamenti** per l'internazionalizzazione.

Resta sempre aggiornato e richiedi il nostro programma con decine di webinar e seminari.

Aice

Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

Scopri come partecipare a

GoINTERNATIONAL

La fiera dei servizi per l'export

Tutti i servizi dedicati all'internazionalizzazione in un'unica location

Allianz Mico Milano

25 | 26
settembre



CONTATTACI PER MAGGIORI INFORMAZIONI!

