

Unione informa


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

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA



A MILANO IL GIUBILEO DIOCESANO DEGLI IMPRENDITORI



L'ASSEMBLEA GENERALE PUBBLICA CONFCOMMERCIO

**Sangalli: meno tasse a chi crea ricchezza
e buona occupazione**

AGENDA URBANA CONTRO LA DESERTIFICAZIONE COMMERCIALE





CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

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

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

Sportello Welfare

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

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



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

Scopri come ottenere la **certificazione di parità di genere** rilasciata da **Uniter**, che attesta l'applicazione di misure per ridurre il divario di genere in azienda e permette di **accedere a sgravi contributivi previdenziali** fino a 50mila euro annui.



**RICHIEDI
INFORMAZIONI**



250 caratteri di confcommercio



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



"Per un imprenditore prendersi una pausa e riflettere sul significato anche spirituale del proprio lavoro è una grande e rara opportunità. Proprio per questo va il nostro grazie all'Arcivescovo Delpini che ha organizzato il Giubileo degli imprenditori. Un evento che ci permette di chiederci il senso profondo del nostro fare e cosa stiamo generando realmente per le persone e per migliorare la nostra società".



**A MILANO
IL GIUBILEO DIOCESANO
DEGLI IMPRENDITORI.
IN DUOMO L'INTERVENTO
DEL PRESIDENTE
SANGALLI** – A Milano si è
svolto il Giubileo diocesano
degli imprenditori "Insieme
per aggiustare il mondo"
con l'Arcivescovo Mario
Delpini. Un'occasione di
incontro, riflessione e con-
divisione con il coinvolgi-
mento di istituzioni e asso-
ciazioni di rappresentanza
del mondo dell'impresa. Due
i momenti: l'incontro iniziale
in piazza San Babila e la
successiva celebrazione
eucaristica officiata in
Duomo dall'Arcivescovo.

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha
partecipato al Giubileo portando il contributo di tre
giovani imprenditori di moda, ristorazione, educa-
zione all'infanzia: Pietro Mattia Maddaluno (head of
sponsorship Legea Hub Lecco), Alessandro
Negri (chef Il Luogo Aimo e Nadia e Relais &



Châteaux), Annachiara Zecchel (ceo Happy Child).
In Duomo il presidente della Camera di commercio
e Confcommercio Carlo Sangalli è intervenuto in
rappresentanza di tutte le imprese.

Vedi alle pagine 2 e 3 - (Foto della Diocesi di Milano)



*La partecipazione
di Confcommercio Milano
Lodi, Monza e Brianza*



A Milano il Giubileo diocesano degli Imprenditori con l'Arcivescovo Mario Delpini

Alcune foto di Giorgio Brugnoli e Federico Giusti

Organizzato dalla Curia a Milano si è svolto il Giubileo diocesano degli Imprenditori "Insieme per aggiustare il mondo" con l'Arcivescovo Mario Delpini. Un'occasione di incontro, riflessione e condivisione con il coinvolgimento di istituzioni e associazioni di rappresentanza del mondo dell'impresa milanese per ricordare le grandi responsabilità umane e sociali che chi fa impresa porta con la sua opera e la sua azione quotidiana. Due i momenti del Giubileo diocesano degli Imprenditori: l'incontro iniziale in piazza San Babila e la successiva celebra-

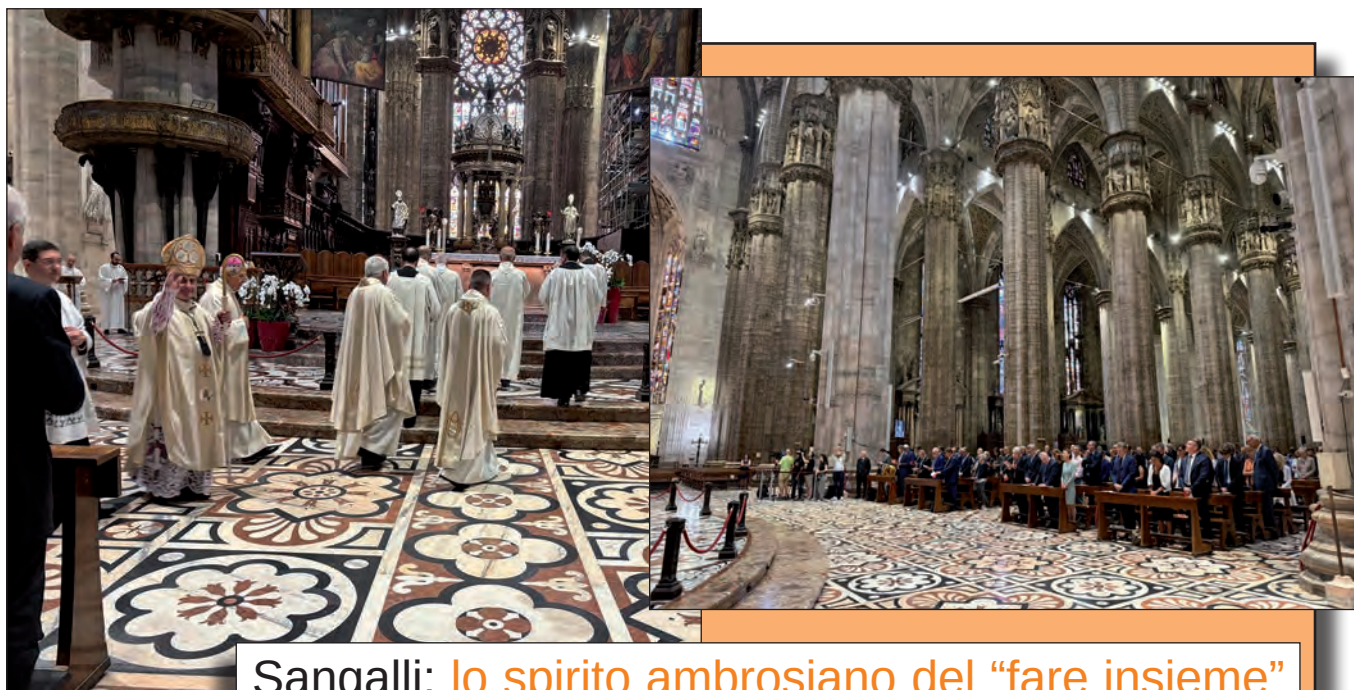


*In piazza San Babila
le testimonianze
di tre giovani
imprenditori
del terziario*



zione eucaristica officiata in Duomo dall'Arcivescovo.

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha partecipato al Giubileo portando il contributo di tre giovani imprenditori ►



Sangalli: lo spirito ambrosiano del “fare insieme”

In Duomo il presidente della Camera di commercio

e Confcommercio

Carlo Sangalli è

interventato in

rappresentanza

di tutte le impre-

se. Sangalli ha

ringraziato l'Arci-

vescovo Delpini,

l'Arcidiocesi di

Milano e monsi-

gnor Bressan per aver organizzato

quest'occasione di incontro e rifles-

sione. “Un'occasione – ha detto

Sangalli - dedicata alle imprenditrici

e agli imprenditori, cioè a quelle

donne e uomini di buona volontà

che ‘animano, abitano, appassiona-

no e accompagnano’ gli altri (verbi

ricordati dall'Arcivescovo) grazie alle

loro imprese. “Nella nostra città,

nella città di Ambrogio, Istituzioni,

mondo economico-associativo e

Chiesa Cattolica hanno sempre non

soltanto dialogato, ma lavorato con-

cretamente insieme su progetti, iniziative, speranze. Lo

spirito ambrosiano si realizza proprio in questo ‘fare

insieme’, nel fare bene e per bene”.

*In Duomo l'intervento
del presidente
della Camera di commercio
e di Confcommercio
a nome di tutte le imprese*



“Fondare, ereditare, trasformare, far crescere un'impresa – ha sottolineato Sangalli - è sempre una scelta di vita che definisce la propria identità e le proprie responsabilità in un modo che va oltre noi stessi. Fare impresa - per quanto piccola, di qualsiasi settore essa sia - significa sempre prendersi la responsabilità sociale di creare altro lavoro, facendo la differenza sul presente di un territorio e sul futuro della sua comunità”. La mattinata del Giubileo diocesano degli

Imprenditori “è stata quella ‘pausa’ di meditazione e preghiera dal nostro fare quotidiano che ci raccomandava l'Arcivescovo”. “Questa pausa dal ‘fare’ ci

permette infatti di ‘essere’, dispiegando davvero il contributo indispensabile come imprese, che possiamo e dobbiamo dare alla nostra comunità, al nostro territorio, agli altri”.

in tre comparti del terziario: ristorazione, moda, educazione all'infanzia. Imprenditori che guidano aziende nelle quali lavorano numerose persone e che sono saldamente collegati al territorio per il loro impegno anche nel sociale. In piazza San Babila hanno dato la loro testimonianza Pietro Mattia Maddaluno (abbigliamento moda sportivo, head of spon-

sorship Legea Hub Lecco), Alessandro Negrini (ristorazione, chef Il Luogo Aimo e Nadia e Relais & Chateaux, Ambassador della Fondazione per la ricerca sulla fibrosi cistica, malattia che ha toccato personalmente la sua famiglia), Annachiara Zecchel (ceo Happy Child, rete di oltre 20 asili nido e scuole per l'infanzia, attiva nel non profit).

A Roma all'Auditorium della Conciliazione con il videomessaggio del presidente del Consiglio Giorgia Meloni e l'intervento del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso



Ampia la partecipazione di esponenti istituzionali e della politica all'Assemblea generale pubblica di Confcommercio. Come, fra gli altri, il presidente del Senato Ignazio La Russa, il vicepresidente del Consiglio

Un'Assemblea particolare. Così il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha aperto l'in-

tervento dell'Assemblea generale pubblica di Confcommercio che ha celebrato gli 80 anni della Confederazione (sugli 80 anni di Confcommercio vedi Unione Informa di giugno da pagina 1 a pagina 3 n.d.r.). Dal 29

aprile 1945 "una storia collettiva fatta di donne e uomini, famiglie e imprese, territori e città, cambiamenti e identità". Al centro di tutto restano "le persone", dal welfare contrattuale alla sanità integrativa: "Confcommercio interpreta il ruolo di grande corpo intermedio".



Assemblea generale pubblica di Confcommercio

Il presidente Carlo Sangalli:

interventi fiscali per crescere e un'agenda urbana contro la desertificazione commerciale

e ministro degli Esteri Antonio Tajani, la segretaria del PD Elly Schlein, il ministro del Turismo Daniela Santanché, il ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso (che ha chiuso l'Assemblea con un intervento).

Sangalli ha evidenziato le difficoltà del contesto attuale. "Dal 2020, l'economia globale è stata caratterizzata da un marcato aumento dell'incertezza" causata da guerre, tensioni commerciali e ritorno dei dazi. "Un mondo con più dazi è un mondo peggiore", ha affermato il presidente di Confcommercio. Per l'Europa, oggi, è "tempo di scelte con-

Il riconoscimento a Confcommercio e al ruolo del terziario nel videomessaggio di Giorgia Meloni

All'Assemblea generale pubblica di Confcommercio il videomessaggio del presidente del Consiglio Giorgia Meloni: "Oggi non celebriamo solo i primi 80 anni di storia Confcommercio, ma anche 80 anni di storia nazionale, perché Confcommercio ha vissuto le profonde trasformazioni della società italiana, ha accompagnato l'Italia sia negli anni del boom economico del dopoguerra sia nei momenti più complicati. E ha interpretato questo ruolo guardando sempre al futuro, riuscendo ad anticipare i cambiamenti, a trasformare le crisi in opportunità".

"Lo ha fatto – ha proseguito Giorgia Meloni – con il commercio online, attraverso la progressiva integrazione tra fisico e digitale. Lo sta facendo con l'intelligenza artificiale, supportando le imprese nel processo di digitalizzazione e innovazione. Lo ha fatto allargando la sua rappresentanza anche ad altri ambiti fondamentali della nostra economia: penso ai trasporti, alla logistica, alle professioni, alla cultura. Oggi le imprese del terziario di mercato contribuiscono per circa la metà del prodotto interno lordo e dell'occupazione. Siete in sostanza uno dei motori dell'economia nazionale".

"Fin dal primo giorno a Palazzo Chigi ci siamo schierati al fianco di chi crea ricchezza e di chi crea occupazione.



Stiamo creando un ambiente favorevole per chi vuole investire in Italia. Allo stesso tempo siamo impegnati per aiutare le nostre aziende a rafforzare l'export e la loro presenza sui mercati internazionali. Abbiamo approvato quella riforma fiscale che era attesa da 50 anni. Stiamo rimettendo al centro gli autonomi e i liberi professionisti. Questa è la strada che continueremo a seguire, ovviamente per consolidare la tendenza economica positiva che stiamo registrando". "Rafforzare la domanda interna – ha affermato il presidente del Consiglio – proseguire nel percorso di riduzione della pressione fiscale con un'attenzione particolare al ceto medio, sono i nostri obiettivi".

divise". Servono più integrazione - dalla politica estera alla difesa - e meno ideologia sulle scelte energetiche. L'Unione Europea deve puntare su "idrogeno sostenibile, nucleare avanzato, rinnovabili ed efficienza delle reti".

Sangalli ha evidenziato i problemi delle imprese che faticano a trovare personale qualificato: "mancano quasi 260mila lavoratori". Quattro le priorità: "demografia e politiche per la famiglia, cura delle competenze, contrattazione collettiva rappresentativa, programmazione dei flussi migratori". Per crescita e fisco Confcommercio chiede "politiche che aiutino l'adempimento, il contrasto all'evasione e una tassazione equilibrata dell'economia digitale". Occorre, ha detto

Sangalli, ridurre le tasse su chi crea ricchezza e buona occupazione, rendere strutturale l'Ires premiale per chi investe e assume e "superare l'Irap".



All'attenzione del presidente di Concommercio credito e turismo. "Dal 2011 al 2024, i prestiti alle piccole imprese sono crollati del 42%". Servono "valore per imprese, famiglie e territori" e maggiore spazio ai Confidi. Il turismo, ha sottolineato Sangalli, è un asset cruciale, ma serve "uno sviluppo regolato, innovativo e sostenibile". Ed è tempo di promuovere gli "Stati generali del terziario di mercato a livello europeo, partendo proprio da un settore strategico come il turismo". Contro la desertificazione commerciale, ha affermato Sangalli "chiediamo di mettere mano ad

▶ ▶ ▶ segue a pag. 7 ▶ ▶ ▶



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Scopri l'offerta per ricaricare l'auto sulla rete **Atlante** dedicata ai soci e dipendenti di **Confcommercio Milano**

Potenza di ricarica

22 kW
60 kW
150 kW
300 kW

Tariffa Atlante* (app myAtlante)

0,62 €/kWh
0,79 €/kWh
0,88 €/kWh
0,94 €/kWh



Tariffa dedicata* (app myAtlante)

0,49 €/kWh
0,59 €/kWh
0,69 €/kWh
0,73 €/kWh

*Il prezzo del kWh è compreso di IVA e può variare nel tempo seguendo variazioni del prezzo

Per richiedere un contatto di approfondimento, inviare un'email alla propria Associazione o all'indirizzo marketing@unione.milano.it indicando ragione sociale, partita iva e numero di telefono.

CONVENZIONE VALIDA FINO AL 2025

Se le tue auto elettriche ricaricano nell'area metropolitana di Milano, Atlante vi aspetta presso le stazioni di ricarica, tra cui: **Cascina Gobba Ovest - Tangenziale Est, Mercato Ortofrutticolo di Milano, City Life, Via Gaudenzio Fantoli 7** e presso i **38 punti di ricarica** nel Comune di Buccinasco.



Scarical'app
myAtlante



▶ ▶ ▶ segue da pag. 5 ▶ ▶ ▶

Il ministro Adolfo Urso: nave Italia più sicura e stabile

In chiusura dell'Assemblea generale pubblica di Confcommercio l'intervento del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso: "questo è un momento difficile, la guerra circonda l'Europa. Le divisioni si accrescono e sono tornati anche i conflitti commerciali, una minaccia per gli approvvigionamenti". Ma "la nave Italia appare più sicura e stabile, capace di tenere il mare".
"I conti pubblici – ha detto Urso – sono in sicurezza. Siamo tornati sulla strada giusta grazie alla netta riduzione dell'inflazione, al taglio strutturale del cuneo fisca-

le, al rinnovo dei contratti tra cui quello del commercio che può indicare la strada anche per altri rinnovi. E alla crescita dell'occupazione".



un'agenda urbana nazionale che riconosca il ruolo insostituibile delle attività economiche di prossimità".

Il presidente di Confcommercio ha sottolineato il ruolo della cultura "vantaggio competitivo identitario" e posto l'attenzione sull'intelligenza artificiale che rappresenta "un cambio di paradigma: rivoluzionerà le dinamiche del mercato, il mondo del lavoro e le competenze che lo attraversano". Sangalli ha chiuso il suo intervento sottolineando che "ci sentiamo parte del bene comune, costruttori di comunità, tassello indispensabile della storia del Paese".

I dati dell'Ufficio Studi Confcommercio

I fondamentali dell'economia ci sono, ma resta la grande difficoltà del terziario nel trovare personale qualificato. Lo rileva la ricerca "La trappola dell'incertezza genera contraddizioni", realizzata dall'Ufficio Studi Confcommercio e presentata in occasione dell'Assemblea generale pubblica Confcommercio 2025.

I redditi reali sono in crescita (nel 2024 +1,3% rispetto al 2023), così come il reddito disponibile (+1,3%) e i consumi (+0,4%) frenati comunque dalla poca fiducia e dalla perdita del potere d'acquisto dei risparmi registratisi fra il 2022 e il 2023. Mercato del lavoro: a marzo-aprile 2025, gli occupati hanno toccato la cifra record di 24,2 milioni (2,1 milioni in più rispetto a gennaio 2021). Ai minimi la disoccupazione (da 2,5 milioni a 1,5 milioni). Quanto all'inflazione, appare sotto controllo (a maggio 0% congiunturale, +1,7% tendenziale). L'Ufficio Studi Confcommercio prevede una crescita del Pil dello 0,8% nel 2025 e dello 0,9% nel 2026, mentre i consumi sono visti in aumento dell'1% in entrambi gli anni.



L'emergenza manodopera qualificata nel terziario di mercato

In questo 2025 commercio, ristorazione e ricettività non riusciranno a trovare circa 260mila lavoratori (dato in crescita del 4% sul 2024). Tra le figure professionali più difficili da reperire in questi settori: commessi professionali, macellai, gastronomi, camerieri di sala, barman, cuochi/pizzaioli, gelatai, camerieri, addetti alla pulizia e al riassetto delle camere.

Hai mai misurato davvero la qualità del Servizio ai tuoi Clienti?

MyNoiLab grazie al **modello proprietario** Mystery Coaching® è il tuo **acceleratore di performance**.

Le aziende hanno difficoltà ad avere una percezione oggettiva dell'esperienza che offrono ai clienti. MyNoiLab ti aiuta a vederla con i loro occhi, per migliorare ciò che conta davvero: la relazione e la performance.

Grazie alla Convenzione Confcommercio Milano potrai

Sperimentare l'utilizzo del Mystery Audit Score, per analizzare in modo strutturato la tua Customer Experience



Con un'attività mirata sul campo, grazie alla metodologia dell'audit in incognito, ci focalizzeremo su **5 Aree di misurazione** realizzando un **Report dettagliato con indicatori di performance** e una **SWOT Analysis** che analizza la qualità del tuo servizio.



#fedeltàmi piace



Per gli associati Confcommercio Milano più fedeli, un valore in più oltre allo sconto riservato: **un'ora di consulenza gratuita con feedback strategici personalizzati**.

Perché restare in rete significa crescere insieme, attraverso relazioni che fanno la differenza.



Misura il tuo Mystery Audit Score ➤



Con il presidente Fabio Primerano l'evento a Milano all'Uptown Palace

Bilancio del biennio di attività per Federalberghi Lombardia che ha organizzato un evento con cena di gala all'Uptown Palace in via Santa Sofia a Milano con, fra gli altri, l'assessore al Turismo di Regione Lombardia Barbara Mazzali e l'assessore a Sport, Turismo e Politiche giovanili del Comune di Milano Martina Riva. Nella prima parte è intervenuto anche il presidente nazionale di Federalberghi Bernabò Bocca.

L'evento di Federalberghi Lombardia è stata l'occasione per sottolineare il ruolo di primo piano giocato dagli operatori del comparto alberghiero nella crescita del turismo lombardo: in regione gli arrivi nel 2024

sono stati 19 milioni con 53 milioni di presenze (+10% rispetto al 2023) e il 2025 vede un trend ancora positivo. Da segnalare, per crescita di volumi e interesse, la Polonia: alla serata di Federalberghi Lombardia sono intervenuti il Console generale polacco Agnieszka Gloria Kaminska e il presidente della Camera di commercio polacca Piero Cannas. A primeggiare nella classifica dei turisti in arrivo in Lombardia ci sono Germania, Austria e Svizzera, seguite da Usa, Francia e Inghilterra.

"Gli operatori stanno investendo e rischiando, portando un beneficio economico e impatto sociale positivo per tutto il territorio" ha evidenziato il presidente di Federalberghi Lombardia, Fabio Primerano. In regione le strutture alberghiere sono più di 2.700. Negli ultimi anni c'è stata una maturazione del mercato: se a Milano si regi-



Federalberghi Lombardia Il bilancio del biennio

stra una crescita importante dei 5 stelle, un trend generale è quello della salita di categoria dei 3 stelle a 4 stelle e dei 2 stelle a 3 stelle, con lo sviluppo di soluzioni

sempre più personalizzate per i visitatori.

Secondo Federalberghi Lombardia, il turismo è diffuso e cresce in tutte le 12 province della regione, da Milano a Varese, dalla Valtellina ai laghi.

Lo sguardo è già rivolto ai Giochi Olimpici invernali del 2026: "Un'opportunità più unica che rara – secondo il presidente Primerano – anche perché l'Olimpiade sarà distribuita su più territori; al di là dell'evento in sé, darà un'importante visibilità mondiale alla Lombardia".

Molte strutture hanno avviato progetti di riqualificazione, avvalendosi anche di una copertura parziale delle spese grazie al bando di Regione Lombardia.

Alle istituzioni l'appello di Federalberghi Lombardia "di non usare due pesi e due misure. I posti letto del settore extra alberghiero superano di gran lunga i nostri, ma solo il nostro settore è stretto tra lacci e regole". (FG)

**Turismo: positivo il trend regionale.
Flussi: la crescita della Polonia.
Molte strutture alberghiere hanno
avviato progetti di riqualificazione**



Fabio Primerano, presidente di Federalberghi Lombardia (foto 1), l'intervento di Primerano durante la cena di gala all'Uptown Palace (foto 2), il Console generale polacco Agnieszka Gloria Kaminska (foto 3) e l'assessore al Turismo di Regione Lombardia Barbara Mazzali con il presidente nazionale Federalberghi Bernabò Bocca e Primerano (foto 4) - Foto di Federico Giusti



ASSOCIAZIONE ITALIANA COMMERCIO CHIMICO

"Dal mondo di oggi sfide e opportunità di domani. Il settore chimico alla prova"

In Confcommercio Milano si è svolta l'Assemblea generale di AsslCC, l'Associazione italiana commercio chimico: "Dal mondo di oggi sfide e opportunità di domani. Il settore chimico alla prova". In Assemblea gli interventi del presidente di AsslCC Marco Coldani, del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, del direttore dell'Ufficio studi Confcommercio Mariano Bella e dell'economista Carlo Cottarelli (che, per le Strade Blu Mondadori, ha di recente pubblicato il libro "Senza giri di parole", la verità sulle sfide economiche e sociali del nostro futuro).



In Confcommercio Milano l'Assemblea generale di AsslCC Il presidente Marco Coldani: semplificare le norme



massa di norme che si stratificano l'una con l'altra e portano le imprese a dover destinare troppo tempo e risorse importanti per questo compito.



Dal presidente di AsslCC Marco Coldani un appello alla deburocratizzazione: si inizi seriamente con la semplificazione, si smetta di produrre un'abnorme

Assemblea AsslCC: Carlo Cottarelli e il presidente di AsslCC Marco Coldani (foto 1), il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (foto 2), il direttore dell'Ufficio Studi Confcommercio Mariano Bella (foto 3), un'immagine generale dell'evento (foto 4) e la visita guida al Gam (Galleria d'Arte Moderna) dopo l'Assemblea (foto 5) - Tre foto di Giorgio Brugnoli



Appoggio alla campagna "Stop Fake Reviews" promossa da FIPE-Confcommercio con HOTREC (l'associazione europea)

Le recensioni false danneggiano la reputazione dei ristoratori milanesi Dati dal sondaggio Epam



Lino Stoppani, presidente Epam e FIPE-Confcommercio

Il 70% dei consumatori (dati Centro Studi MIMIT, Ministero delle Imprese e del Made in Italy) basa la scelta del ristorante sulle recensioni online. L'Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, calcola che le recensioni online incidano fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor) e il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili.

Per il 77% degli operatori milanesi – secondo un sondaggio di Epam, l'Associazione pubblici esercizi (Confcommercio MiLoMB), condotto su più temi legati al comparto - le recensioni sulle grandi piattaforme hanno un impatto sull'andamento delle attività. Per il 60% degli intervistati le recensioni false o non verificate costituiscono un problema concreto che danneggia la reputazione e i fatturati della propria impresa.

In Parlamento - lo ha ricordato il ministro Adolfo Urso all'assemblea di Confcommercio - c'è la proposta normativa (nel disegno di legge annuale sulle pmi) all'attenzione del Senato che prevede sulle recensioni online misure concrete: dalla limitazione temporale per la loro pubblicazione (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla

necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati.

"Apprezziamo l'iniziativa del Governo. Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali" ha affermato Lino Stoppani, presidente di Epam e FIPE-Confcommercio.

La proposta italiana ha sollevato, in questi mesi, un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario.

Per questo, FIPE-Confcommercio, insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo, ha deciso di sostenerla attraverso contributi tecnici e con la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. "Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori sia gli esercenti" ha concluso Stoppani.



OTTOLINA TRA I MARCHI STORICI D'ITALIA - Il marchio storico Ottolina è stato ufficialmente iscritto nel Registro Speciale dei Marchi Storici di Interesse Nazionale, istituito dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) per valorizzare le imprese con oltre cinquant'anni di storia e un legame riconosciuto con il territorio. L'azienda Caffè Ottolina è stata fondata a Milano nel 1948. "L'ingresso nel Registro dei Marchi Storici – ha commentato Remo Ottolina, presidente dell'azienda – rappresenta per noi un momento di grande valore simbolico. È il riconoscimento di un percorso costruito nel tempo, nel segno della qualità e del rispetto per le nostre radici. Ma è anche uno stimolo a guardare avanti con rinnovata energia".

Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese ICT e digitali, ha lanciato un appello al Governo affinché il servizio SPID (Sistema Pubblico di Identità Digitale) rimanga gratuito per i cittadini.

L'Associazione ha espresso preoccupazione per la mancata erogazione dei fondi destinati ai provider privati, sottolineando il rischio che il servizio possa diventare a pagamento, con conseguente riduzione dell'accesso agli strumenti digitali da parte della popolazione. Assintel ha chiesto che vengano al più presto stanziati i 40 milioni di euro previsti per compensare i provider privati che gestiscono il servizio SPID. "...lavoriamo tutti, insieme, perché l'offerta ai cittadini di strumenti per la digitalizzazione sia ampia, variegata, accessibile e gratuita – ha affermato Paola



Paola Generali, presidente Assintel

Generali, presidente di Assintel – E la digitalizzazione diventi sempre più 'democratica'".



digitalizzazione, ma rimangono significativi divari da colmare, anche rispetto ad altri Paesi europei.

Tra le proposte avanzate da Assintel, l'istituzione di info-point digitali permanenti nei quartieri, pensati come presidi stabili di supporto per aiutare i cittadini nella gestione della propria identità digitale, offrendo assistenza, formazione e

Assintel ha ribadito l'importanza strategica dello SPID all'interno del percorso di trasformazione digitale del Paese, anche in vista degli obiettivi fissati dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) per il 2026. Secondo l'ultimo "Report on the state of the Digital Decade" l'Italia sta facendo progressi nella



Assintel sullo SPID: lavoriamo tutti insieme perché il servizio resti gratuito

risposte alle problematiche più frequenti.

"Il digitale è per

sua natura uno strumento inclusivo – ha concluso Paola Generali – e nessuno deve essere lasciato indietro". (GB)

Il costo della vita pesa anche sulle partite Iva

L'inflazione, nel mese di maggio, è proseguita a due diverse velocità. Complessivamente è scesa all'1,6%, ma il carrello della spesa di alimentari e generi di prima necessità e per la persona è salito ad un + 2,7%, chiarendo che i prezzi dei beni ad uso quotidiano delle famiglie sono in ascesa. Il calo generale dell'inflazione dall'1,9 di aprile all'1,6 di maggio ha avuto come protagonista i costi energetici che, viceversa, in giugno hanno risalito la china: condizione che porterà l'inflazione complessiva a salire al 2-2,1%. A farne le spese sono i consumi alimentari, primari e non, e non solo i lavoratori dipendenti, ma anche i piccoli autonomi, ovvero ben oltre il 90% delle intere partite Iva, pari a ben più di 4,5 milioni di persone con i nuclei familiari. Vero è che il lavoro dipendente ha stipendi bassi, ma altrettanto vero è che il reddito degli autonomi è soggetto al mercato, alla concorrenza (web, e-commerce), al costo, quando ce l'ha, dei suoi dipendenti, ai prezzi a monte della materia prima o del prodotto finito, ai pagamenti imposti dal fornitore e, sempre più, alla richiesta di sconti da parte della clientela. Clientela che in passato si regolamentava, ad esempio, nei saldi invernali ed estivi mentre ora con il web vengono attuati stabilmente.

Il punto

Ad appesantire la salute economica delle piccole partite Iva va aggiunta la pressione fiscale, seppur ultimamente ridimensionata al 15% per i giri d'affari inferiori agli 85 mila euro, mentre restano invariate le uscite previdenziali, alle quali è sempre più importante aggiungere la previdenza integrativa. La descrizione dei problemi delle piccole partite Iva chiarisce quanto un carrello della spesa in salita pesi quanto e forse ancor più che per il lavoratore dipendente, avendo, quest'ultimo, mediamente 14 mensilità, contro un reddito limitato a meno di 11 per la partita Iva. Il tema del basso reddito pesa perciò sull'intera popolazione attiva. Solo una crescita del Pil, interno e derivante dall'export, può consentire un miglioramento.



Bruno Villosi

Bruno Villosi

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

Cultura: Carlo Fontana nel Consiglio Direttivo di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza

Carlo Fontana, presidente di Impresa Cultura Italia, è entrato a far parte – su proposta del presidente Carlo Sangalli – del Consiglio Direttivo di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. A Fontana l'incarico alla cultura con la guida di Impresa Cultura Milano.

Carlo Fontana nel Direttivo di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza



Riccardo Garosci, presidente Aice (e vicepresidente Confcommercio e Confcommercio MiLoMB per l'internazionalizzazione)

Aice (Associazione italiana commercio estero) Completata la composizione del Consiglio Direttivo

Aice

Associazione Italiana Commercio Estero
Italian Association of Foreign Trade

imprenditoriale italiana con notevole esperienza nel retail di alto livello e nella vendita di prodotti Made in Italy sui mercati globali, soprattutto nei settori

alimentare e abbigliamento. Patrizia Venturini Goppion e Giovanni Borletti vanno ad aggiungersi agli altri componenti del rinnovato Consiglio Direttivo di Aice: Andrea Bonardi (Texere Advisors Pte Ltd); Gaetano Cavalieri (CIBJO – The World Jewellery Confederation); Daniele Chiappa (R.I.E. Royal Import-Export); Marco De Michelis (Soconomar SpA); Stefano De Paoli (De Paoli Associati Srl); Simonetta Flores

(Marketing & Innovazione Italia Srl); Francesco Gabriele Lucchese (Intesa Sanpaolo SpA); Loredana Maiocco (Tazzetti SpA); Mariano Mercadante (Amarfood Srl); Remo Ottolina (Caffè Ottolina SpA); Guido Ruggeri (BPER Banca SpA); Alberto Savini (Claudio Savini & Figli Srl); Raffaella Scavini (Georg Fischer SpA); Angelo Villa (Comavicola SpA); Costantino Volpe (New Transport Milan Srl); Franco Aprile (presidente Aice Poland).

I nuovi organi sociali di Aice resteranno in carica sino al 31 dicembre 2029.

“Con l'ingresso in Consiglio di due figure imprenditoriali di eccellenza come Borletti e Venturini Goppion – ha affermato

Garosci - Aice è ancora più attrezzata a supportare le imprese associate nell'affrontare le sfide dei mercati internazionali”.

Su proposta del presidente Riccardo Garosci sono entrati a far parte del Consiglio Direttivo di Aice, l'Associazione italiana commercio estero, Patrizia Venturini Goppion, General Manager della Goppion Spa, e Giovanni Borletti, Borletti Group e Azienda Agricola Dominio di Bagnoli.

Goppion Spa è una realtà che si è affermata nel mondo come eccellenza nel Made in Italy nella progettazione e realizzazione di vetrine e allestimenti museali ad alta tecnologia per la conservazione preventiva dei beni culturali. Degna di menzione è la realizzazione delle vetrine protettive de La Gioconda, installate al museo del Louvre nel 2024.

La famiglia Borletti è da sempre protagonista della vita

L'ingresso di Patrizia Venturini Goppion (General Manager Goppion Spa) e Giovanni Borletti (Borletti Group e Azienda Agricola Dominio di Bagnoli)



Presentata la nuova edizione della manifestazione dedicata all'ospitalità, al fuoricasa e al food retail



merciali e location; chef, professionisti e consulenti.

A Host 2025 vi sarà una panoramica completa dell'innovazione nel settore in comparti organizzati per affinità di filiera: Ristorazione Professionale e Bakery-Pasta-Pizza; Caffè-Tea, Bar-Macchine Caffè-Vending,

Gelato-Pastry; Tavola-Tecnologia-Arredo Contract.

Riflettori sull'arte bianca con il rinnovato MIPPP (Milano Pane Pizza Pasta) e il mondo del bar e della caffetteria al SIC (Salone Internazionale del Caffè).

A integrazione del percorso espositivo, l'esperienza di visita a Host 2025 prevede un ricco palinsesto di eventi,

Host 2025 a Fiera Milano Rho dal 17 al 21 ottobre

Fiera Milano ha presentato Host 2025, la manifestazione dedicata all'ospitalità, al fuoricasa e al food retail che si terrà a Fiera Milano Rho dal 17 al 21 ottobre.

A Host 2025 (nel momento in cui si scrive n.d.r.) sono già registrati oltre

1.700 espositori, il 44% internazionali provenienti da 54 Paesi. Tra i più attivi, oltre all'Italia, Germania, Spagna, Francia, Paesi Bassi, Stati Uniti e Regno Unito. Molte le "new entry" dal Sud America e dal Sud-Est Asiatico.

Aziende che incontreranno gli oltre 700 hosted buyer provenienti da più di 70 Paesi, altamente profilati anche con il supporto di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Tra i principali settori target: distributori, rivenditori, esportatori/importatori; ristorazione, food service e fuoricasa; retail e gdo; attività ricettive; centri com-

con chef stellati, affermati o emergenti di successo protagonisti degli show-cooking, e i maestri della pizza con le reinterpretazioni più contemporanee e innovative, fino agli incontri di approfondimento con gli esperti, organizzati in collaborazione con le associazioni partner.

Secondo i dati ExportPlanning, nel 2024 la produzione mondiale dei comparti presenti a Host 2025 è stata pari a 189,9 miliardi di euro.

Fiera Milano ha inoltre annunciato l'appuntamento di Host Arabia, il nuovo spin-off organizzato da Fiera Milano in collaborazione con il partner locale Semark che si svolgerà dal 15

al 17 dicembre a Riyadh, in concomitanza con Saudi HORECA. (FG)

Host Arabia, il nuovo spin-off di Fiera Milano: dal 15 al 17 dicembre a Riyadh



Foto di Federico Giusti





*Launch Day
di Fiera Milano
per presentare
la manifestazione*

Con il Launch Day Fiera Milano ha presentato il Salone Franchising Milano 2025 che torna dal 2 al 4 ottobre all'Allianz MiCo.

“Il franchising – ha spiegato Roberto Foresti, vicedirettore generale di Fiera Milano – è un settore solido capace di generare valore reale per il sistema Paese: ogni euro investito in questo comparto, infatti, ne attiva 2,8 nell'economia italiana. Con Salone Franchising Milano vogliamo offrire una piattaforma concreta per mettere in relazione le migliori realtà del mercato, diffondere modelli imprenditoriali di successo e favorire la nascita di nuove opportunità occupazionali”.

Anche l'edizione 2025 vede il contributo attivo di Assofranchising e delle altre principali associazioni del franchising italiano (Confimprese, Federfranchising).

Eurospin ha confermato il sostegno alla manifestazione come main partner

e sono molti i brand – rileva Fiera Milano – che hanno deciso di tornare al Salone Franchising Milano per consolidare il network di affiliati e incontrare nuovi potenziali partner.

Tra gli altri, Alice Pizza, Anytime Fitness, Gruppo Cigierre, Kipoint,

La Yogurteria, L'Erbolario, Naturhouse, Yoyogurt e Doppio Malto. Numerosi anche i brand che parteciperanno per la prima volta al Salone, come Brico Center, Brooklyn Fitboxing, Burger King, Hamerica's e Unes con Rom'antica, solo per citarne alcuni.

Salone Franchising Milano 2025 si propone come motore di crescita per chi desidera intraprendere un percorso imprenditoriale nel mondo del franchising, puntando su formazione, autoimpiego e accesso al credito.

Al Salone Franchising Milano, la formazione sarà il fulcro del palinsesto del Main Stage. Realizzato in collaborazione con Retail Hub, questo spazio sarà un punto d'incontro tra apprendimento e ispirazione che - attraverso contenuti di valore, keynote, workshop e case study - offrirà strumenti concreti e visioni innovative per affrontare le sfide del mercato.



Il tema dell'autoimpiego sarà invece al centro dell'attenzione come leva strategica per sostenere la crescita dell'occupazione e favorire l'inclusione professionale di diverse categorie di lavoratori.

Come evidenziato da Assofranchising, in un contesto segnato, secondo i dati del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, da oltre 528.000 licenziamenti nel 2023 — di cui il 32,2% ha riguardato lavoratori over 50 — il franchising si conferma uno strumento imprenditoriale inclusivo e ad alto potenziale, capace di offrire una seconda opportunità a profili con solide competenze, ma con maggiori difficoltà di reinserimento. Infatti, se solo l'1% dei 170.340 lavoratori over 50 licenziati nel 2023 decidesse di intraprendere un'attività in franchising, si potrebbero generare immediatamente 1.700 nuovi punti vendita, contribuendo

significativamente alla crescita del settore e all'occupazione.

Rafforzando il dialogo con le società di outplacement e con il sistema del credito, il modello del franchising si propone quindi come volano per lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali e come strumento efficace per accompagnare il cambiamento del mercato del lavoro.

Infine, l'accesso al credito sarà affrontato al salone Franchising Milano con uno sguardo pratico: attraverso la presentazione di strumenti, incentivi pubblici e partnership bancarie pensate per sostenere gli investimenti iniziali dei nuovi affiliati.

Un ruolo strategico è ricoperto anche dai Confidi, che accompagnano le pmi non solo nell'accesso ai fondi, ma anche nella definizione di business plan e strategie finanziarie personalizzate.

**Salone Franchising Milano
dal 2 al 4 ottobre all'Allianz Mico**

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



*Compravendite e locazioni: aggiornamento
primo trimestre 2025 e previsioni (dati elaborati
dal Centro Studi Confcommercio MiLoMB)*

Mercato immobiliare: il Sentiment di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza

Quasi la metà degli agenti immobiliari, il 47%, riscontra un aumento della domanda d'acquisto per le abitazioni: in particolare a Monza città (75%) e nell'Area metropolitana milanese (55%). Per gli uffici il 42% indica, invece, un mercato all'insegna della stazionarietà. Risulta in calo la domanda d'acquisto di negozi e capannoni, soprattutto a Lodi e Milano (città e Area metropolita-

na). Sono alcuni dati che emergono dal Sentiment, relativo al primo trimestre 2025, di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza con i dati – elaborati dal Centro Studi Confcommercio MiLoMB – che hanno raccolto l'orientamento degli intermediari immobiliari: il 77% da Milano ed Area metropolitana, il 19% da Monza e provincia di Monza Brianza, il 4% da Lodi e provincia di Lodi.

Compravendite: scambi e tipologie

Il numero di scambi è in aumento per le abitazioni (indicato dal 35% degli agenti immobiliari e più statico per gli uffici (stazionario per il 39% degli operatori e in diminuzione per un altro 39%). In diminuzione il numero di scambi per i negozi (segnalato dal 38% degli agenti immobiliari; per il 34% è stazionario). Stazionari gli scambi sui capannoni (per il 37% - in diminuzione, invece, per il 35%).

La tipologia più richiesta complessivamente sul mercato di Milano, Monza Brianza, Lodi è il trilocale, indicato dal 66% degli operatori immobiliari. Segue il bilocale (27%). A Milano città il trilocale è al 62%, il bilocale al 32%. Nell'Area metropolitana di Milano prevale, invece, la richiesta di bilocali (63%). A Monza città prevale nettamente la richiesta di trilocali (78%), così come in provincia di Monza Brianza (87%). A Lodi città è paritaria la richiesta fra trilocali e quadrilocali (50%).

Compravendite: finalità d'acquisto, offerta, prezzi, sconti

La finalità d'acquisto di gran lunga prevalente è l'uso diretto personale (81%) mentre il 19% degli acquisti immobiliari ha come finalità l'investimento. A Milano città l'acquisto dell'immobile per investimento è più rilevante: 24%.

Nelle abitazioni l'offerta sul mercato è per lo più stazionaria (rilevata dal 37% degli operatori immobiliari). Anche per uffici (49%), negozi (38%) e capannoni (40%) l'offerta è prevalentemente stazionaria.

Per le abitazioni i prezzi sono stabili (43%) o in aumento (41%); per lo più stabili i prezzi per uffici (40%) e capannoni (44%). In diminuzione, invece, nei negozi (rilevato dal 38% degli operatori – stazionario per il 35%).

Nelle abitazioni lo sconto medio applicato è fra il 5 e il 10%; per uffici, negozi, capannoni lo sconto medio è tra il 10 e il 15%.

Compravendite: come si acquista, appuntamenti, tempi di vendita

Il mutuo (47%) è la modalità più frequente di finanziamento per l'acquisto dell'immobile seguito dalla vendita di una vecchia casa (34%) e dai risparmi (19%).

Aumenta ancora il numero di appuntamenti necessari agli intermediari immobiliari per poter vendere abitazioni e uffici: per le abitazioni lo rileva il 48% degli operatori, per gli uffici il 37%. Stazionarietà nel numero di appuntamenti per negozi (38%) e capannoni (39%).

Aumentano i tempi di vendita: per le abitazioni (secondo il 54% degli agenti immobiliari), per gli uffici (54%), per i negozi (52%) e per i capannoni (45% degli operatori).



L'analisi

Per Marco Zanardi, consigliere FIMAA Milano Lodi Monza Brianza con delega all'Ufficio Studi: "L'andamento del mercato immobiliare nel primo trimestre del 2025 conferma quanto già visto nei mesi precedenti: una fase di stazionarietà dei prezzi e del numero delle compravendite. Come nel trimestre precedente questo fenomeno è ancora caratterizzato dalla presenza sul mercato di immobili invenduti dovuto al mancato accordo fra le parti con conseguente diminuzione degli scambi. I tempi di chiusura delle trattative sono mediamente nell'ordine dei 4/6 mesi, con sconti applicati in fase di chiusura tra il 5% e 10%.

Il trilocale risulta essere la tipologia di immobile maggiormente apprezzato a Milano città ed è richiesto nelle province e nelle periferie ben servite dai collegamenti assieme al quadrilocale. Monza evidenzia un mercato residenziale dinamico.

La riduzione dei tassi di interesse dei mutui ha sicuramente giovato al mercato, anche se i valori degli immobili restano elevati.

In continuo aumento la domanda e i prezzi nelle locazioni. In questo comparto meriterebbe un approfondimento a parte il fenomeno dei negozi di vicinato generalmente fortemente in crisi, soprattutto nelle periferie e quelli sfitti nelle zone più votate al commercio a causa dell'aumento spropositato dei canoni".

"Si prevede – conclude Zanardi - un andamento simile anche per il secondo trimestre 2025 dove, progressivamente, in fase di trattativa ci sarà un adeguamento dei prezzi di vendita tendenzialmente calmierati".



Marco Zanardi, consigliere FIMAA Milano Lodi Monza Brianza con delega all'Ufficio Studi

Compravendite: strumenti più efficaci per avvicinare i clienti e generare vendite

Si conferma il sito/web lo strumento più usato sia per generare vendite (80%) o contatti (69%). Seguono, a grande distanza, i social (7% per generare vendite e 4% per i contatti) e i classici cartelli (7% per i contatti e 6% per generare vendite).

Compravendite: le previsioni

Numero di scambi – Per i prossimi mesi la previsione degli operatori è prevalentemente di un dato stazionario (45% abitazioni; 56% uffici; 50% negozi; 41% capannoni).

Andamento dei prezzi – L'indicazione degli agenti immobiliari per i prossimi mesi del 2025 è di stabilità nei prezzi di vendita: abitazioni (44%); uffici (51%); negozi (43%); capannoni (45%).

Stazionarietà soprattutto a Milano città (48%) e provincia di Lodi (100%) per le abitazioni.

Gli sconti medi – Soprattutto per abitazioni (57%) e uffici (49%) gli operatori indicano stabilità negli sconti medi applicati.

Locazioni

La domanda di affitti... - Aumenta la domanda di affitti per le abitazioni: lo indica il 59% degli operatori immobiliari. Non accade lo stesso per uffici, negozi e capannoni dove prevale la stazionarietà.

...e l'offerta – Gli immobili destinati a locazione per uso abitativo diminuiscono (per il 36%) o aumentano (per il 35%). Resta stazionaria l'offerta per uffici (56%), negozi (50%) e capannoni (47%).

Il numero di locazioni – Stazionario per gli operatori il numero di locazioni residenziali (40%), uffici (44%), negozi (41%), capannoni (39%).

Canoni di locazione – I canoni di locazione per le abitazioni sono in aumento: tendenza rilevata dal 56% degli operatori. Stazionari per le altre tipologie (uffici 47%; negozi 45%; capannoni 44%).

Gli immobili residenziali più richiesti in affitto – Il quadrilocale (100%) e il trilocale (92%) per l'uso diretto personale. Monolocale (76%) e bilocale (60%) come investimento.

Tipologia di locazione per l'immobile a reddito - Come tipo di contratto prevale quello a canone libero (65%).



Locazioni: le previsioni

Numero di scambi – Il 42% degli operatori indica un aumento del numero di affitti

per abitazioni. Dati prevalentemente stazionari, invece, per le altre tipologie: uffici (48%); negozi (45%); capannoni (41%).

Andamento dei canoni di locazione – Per le abitazioni i valori dei canoni d'affitto nei prossimi mesi dovrebbero restare stabili a giudizio del 41% degli operatori. Stabili anche per uffici (47%), negozi (44%) e capannoni (43%).

*Il loro contratto non viene rinnovato
e nel futuro assetto dell'area
non si tiene conto
di questa presenza storica.
Promossa una raccolta firme*



Milano stadio San Siro La protesta degli ambulanti



64 operatori ambulanti che lavorano al di fuori dello stadio hanno deciso, in occasione dell'ultima giornata di campionato a Milano con Milan-Monza - con il sostegno sindacale di Apeca (l'Associazione ambulanti Confcommercio MiLoMB) - di protestare e non effettuare alcuna vendita di prodotti alimentari o di merchandising

(come cappellini, magliette, ecc.). Gli utenti dello stadio hanno invece trovato cartelloni, striscioni, volantini che spie-

gavano il perché della protesta. Ed è stata promossa anche una raccolta firme.

“Gli ambulanti di San Siro sono consorziati all'interno dell'area stadio e da oltre sessant'anni – era il 1962 - con orgoglio e competenza e nel pieno rispetto delle regole, vendono prodotti ed offrono ristoro – spiega Giacomo Errico, presidente di Apeca – ma il loro contratto non viene rinnovato e nel nuovo progetto sull'area di San Siro nessuno tiene conto di questa presenza storica degli operatori e del servizio che viene offerto agli avventori dello stadio”.

Per i 64 operatori ambulanti di San Siro la situazione è molto critica: il protocollo d'intesa con la società partecipata dalle squadre milanesi è scaduto e non c'è chiarezza sul futuro.

“Bisogna invece, e noi ci stiamo fortemente impegnando – prosegue Errico -

*Giacomo Errico, presidente di Apeca:
appello a tutte le Istituzioni.
Si apra un tavolo di confronto
per trovare finalmente una soluzione
e salvare aziende e posti di lavoro*



Foto di Mattia Dognini



riconoscere il ruolo storico degli ambulanti di San Siro. Se gli ambulanti di San Siro chiudono, è bene ricordarlo, non lavoreranno i loro collaboratori e molte famiglie entreranno in crisi. Non si chiedono privilegi, ma rispetto per il servizio nei confronti di tifosi e visitatori, svolto con grande passione e professionalità. E al Comune di Milano chiediamo di tutelare questi operatori nel nuovo riassetto che riguarderà la zona di San Siro. Faccio un appello a tutte le Istituzioni: apriamo un tavolo di confronto per trovare finalmente una soluzione e salvare aziende e posti di lavoro”.





L'adesione di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza assieme ad Assomoda e FederModa Milano



Foto di Giorgio Brugnoli

Sottoscritto a Milano in Prefettura il "Protocollo d'intesa per la legalità dei contratti di appalto nelle filiere

produttive della moda": con, fra gli altri, il Prefetto di Milano Claudio Sgaraglia, il presidente di Regione Lombardia Attilio Fontana, il presidente del Tribunale di Milano Fabio Roia, la coordinatrice della Sezione misure di prevenzione della Procura di Milano Alessandra Dolci.

Hanno partecipato anche rappresentanti dell'Arma dei Carabinieri, dell'Ispettorato del Lavoro, delle principali organizzazioni sindacali e delle associazioni di categoria. Confcommercio MiLoMB ha aderito al Protocollo, assieme alle Associazioni Assomoda e FederModa Milano, condividendone obiettivi e strumenti per una filiera più trasparente e rispettosa delle regole. "Un impegno condiviso tra istituzioni, forze dell'ordine, imprese e mondo accademico per promuovere legalità, tutela dei lavoratori e rispetto delle regole - ha affermato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - Grazie a una piattaforma digitale sviluppata con il Politecnico di Milano e la Regione Lombardia, la collaborazione pubblico-privato diventa lo strumento chiave per costruire una filiera più etica, controllata e trasparente".

La piattaforma è in grado di raccogliere e condividere dati relativi alla struttura imprenditoriale, alla manodopera e ai reparti produttivi degli operatori della filiera. Le imprese aderenti si impegnano a rispettare standard minimi in materia di salute, sicurezza, fiscalità e diritti del lavoro. I brand effettueranno verifiche annuali su

Milano, firmato in Prefettura il Protocollo per la trasparenza nella filiera moda

almeno il 40% dei fornitori di primo livello o sul 30% del valore complessivo degli acquisti. Per i fornitori di secondo livello e successivi, i controlli saranno basati su un'analisi del rischio definita internamente da ciascun brand. Anche i fornitori non formalmente aderenti alla Piattaforma possono essere coinvolti, a condizione che rispettino i requisiti fondamentali previsti dal Protocollo. Per le aziende che garantiscono il rispetto pieno degli obblighi è previsto un sistema di premialità che include il rilascio di un attestato ufficiale di trasparenza ("bollino verde") e l'accesso a misure incentivanti da parte di Regione Lombardia. L'iniziativa non comporta oneri economici per imprese, brand o amministrazioni pubbliche. Il Protocollo ha durata triennale e si rinnova automaticamente (salvo disdetta). (GB)

Imprenditrici lombarde del terziario

Ottimismo, ma poco tempo da dedicare alla vita personale

L'indagine di Confcommercio Lombardia e Terziario Donna Lombardia

difficoltà come reperimento di personale, affermazione del proprio ruolo, burocrazia e, soprattutto, conciliazione vita-lavoro. Le imprend-

Una scelta convinta, quella imprenditoriale, che due imprenditrici su tre rifarebbero per la libertà di azione e l'autodeterminazione. Positivo, inoltre, il confronto con i competitor uomini, ma emerge una difficoltà nel dedicare tempo a sé stesse. Questa la fotografia che è emersa dal questionario di Terziario Donna Lombardia e Confcommercio Lombardia "Quello che le donne non dicono - tutta la verità raccontata dalle donne imprenditrici" che ha raccolto le risposte di 351 imprese femminili del terziario lombardo: l'87% microimprese, l'11% piccole e il 2% medie e grandi. Il 56% delle imprenditrici è stata artefice dell'avvio della propria attività, rispetto al 44% che, invece, partecipa a quella di famiglia. Alle base della scelta soprattutto una



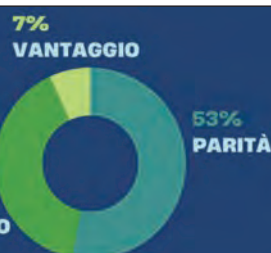
*Lionella Maggi,
presidente
Terziario Donna
Lombardia*

ditrici giudicano appena sopra la sufficienza il loro livello di work-life balance, con la maggior parte di esse (56%) che

QUELLO CHE LE DONNE NON DICONO

dedica all'attività tra le otto e le dodici ore al giorno, anche se non sono poche (19%) quelle che lavorano oltre le dodici ore. Arriva al 34% la percentuale di donne che dedicano a loro stesse meno di due ore a settimana. Conciliazione vita-lavoro che, inevitabilmente, si lega agli impegni familiari che coinvolgono quasi la metà delle imprenditrici: il 66% li condivide con la propria rete e per 7 imprenditrici su 10 non viene pregiudicata l'attività. "Appare evidente – ha dichiarato Lionella Maggi, presi-

PERCEZIONE DEL POSIZIONAMENTO RISPETTO A COMPETITOR UOMINI



SODDISFAZIONE



TEMPO DEDICATO ALL'ATTIVITÀ AL GIORNO

IL 56% TRA LE 8 E LE 12 ORE - IL 19% OLTRE LE 12 ORE

TEMPO LIBERO A SETTIMANA

IL 30% DEDICA A SÉ STESSA OLTRE LE 5 ORE, IL 36% TRA LE 2 E LE 4 ORE, MENTRE IL 34% MENO DI 2 ORE

prospettiva di indipendenza economica, di libertà nella gestione del tempo e la volontà di avere un impatto sulla società. Alcune donne, invece, sono diventate imprenditrici per condizioni di necessità, come la perdita del lavoro. Prevala un sostanziale ottimismo per il futuro della propria attività, con il 36% delle imprenditrici che ha una prospettiva di stabilità e il 34% di espansione, pur con la presenza di dif-

dente di Terziario Donna Lombardia - come le imprenditrici, nonostante le difficoltà, mantengano un approccio ottimista verso il futuro, contribuendo attivamente allo sviluppo della Lombardia. Ritengo un segnale culturale importante, e purtroppo non scontato, che quasi sette su dieci condividano gli impegni familiari. Impegni che, tuttavia, pongono le imprenditrici di fronte alla scelta tra il sacrificare la propria attività o limitare il tempo da dedicare a sé stesse".

"Il potenziamento dell'apporto che le donne danno allo sviluppo economico e sociale – conclude Lionella Maggi – richiede un approccio olistico che va dall'attenzione delle imprese nel permettere, anche nel loro interesse, alle lavoratrici di esprimere compiutamente il loro potenziale, ad una rete di servizi pubblici con specificità funzionali a favore delle imprenditrici". (NM)



ASSOCIAZIONE COMMERCANTI
Porta Romana Bella

Milano: PortaMi in Porta Romana con l'Associazione PortaRomanaBella

PortaRomanaBella con il contributo organizzativo del Gruppo Culturale Artisti di via Bagutta e i patrocini di Comune, Municipio 1 e Regione Lombardia. "PortaMi quest'anno – spiega Sabrina Frigoli,

presidente dell'Associazione commercianti PortaRomanaBella – ha reso omaggio alla donna con i dipinti di Adriano Tommasi". Il contest 2025 di PortaMi è stato "Donna di cuori, tra arte e poesia".

PortaMi ha vissuto anche, al termine della settimana di mostra diffusa dei quadri di Adriano Tommasi, un pomeriggio di iniziative in piazza San Nazaro in Brolo: la mostra d'arte anche con tema "Fiore di cuori" e "libero", il "Momento Tanghero" con improvvisazioni; il "Reading poetico" con performance a tema e cura di Annitta di Mineo.

Milanesi e turisti hanno potuto vedere a Porta Romana i dipinti nei negozi per la 10ma edizione di PortaMi, il contest promosso dall'Associazione commercianti

*Decima edizione dell'iniziativa.
"Donna di cuori tra arte e poesia":
nei negozi i quadri
di Adriano Tommasi*



Vergani

Anaclè



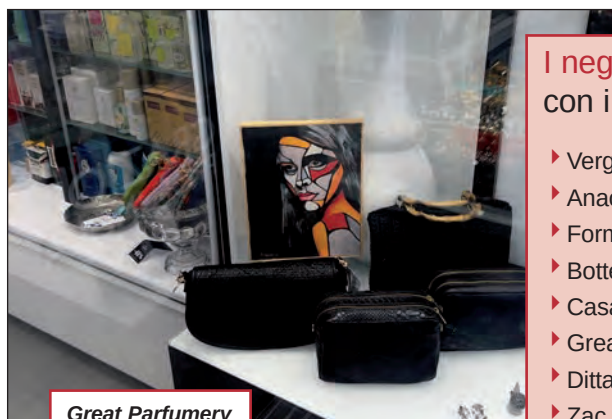
Forme in Movimento



Bottega delle Stampe



Casalinghi Fornaro



Great Parfumery

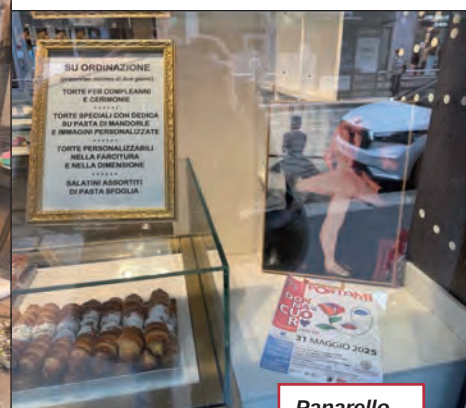
I negozi che quest'anno hanno partecipato a PortaMi con i quadri di Adriano Tommasi abbinati

- Vergani, corso di Porta Romana, 51 ("Campo fiorito")
- Anacle, corso di Porta Romana 45 ("Arabesque")
- Forme in Movimento, corso di Porta Romana 6 ("La strada")
- Bottega delle Stampe, via Osti 3 ("Il bacio")
- Casalinghi Fornaro, piazza San Nazaro in Brolo 15 ("Ragazza con gatto")
- Great Parfumery, corso di Porta Romana 57 ("Arlecchina")
- Ditta Walter, corso di Porta Romana 2 ("Primi abbracci")
- Zac parrucchieri, piazza San Nazaro in Brolo 3 ("Allo specchio")
- Ottica Velasca, piazza Velasca 10 ("Monroe still")
- Panarello, piazza San Nazaro in Brolo 15 ("Dalla sartina")
- Sabrina Frigoli, corso di Porta Romana 55 ("La sartina")
- Campogrande, corso di Porta Romana 37 ("Martini Dry")
- Ottica Chierichetti, corso di Porta Romana 74 ("Nel parco")

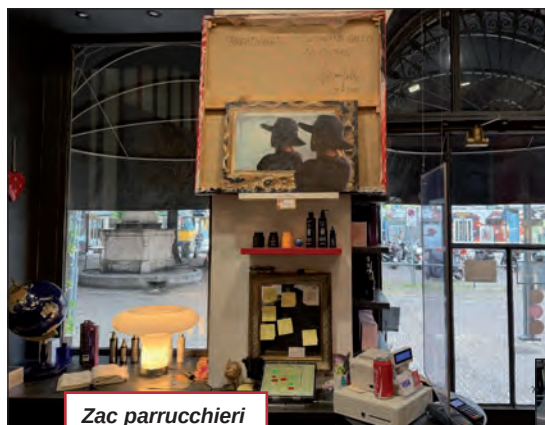


Ditta Walter

Foto di Giorgio Brugnoli e Federico Giusti



Panarello

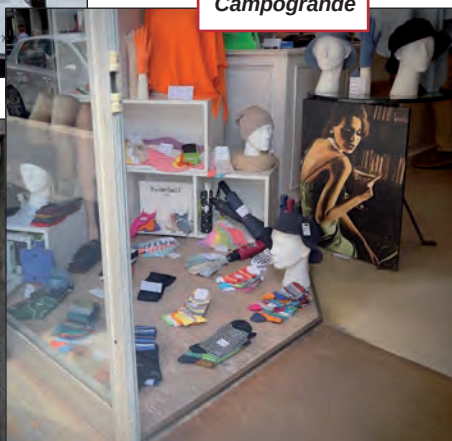


Zac parrucchieri



Sabrina Frigoli

Campogrande



Ottica Velasca



Ottica Chierichetti





e disagi vissuti per i cantieri della M4 – ha affermato Alberto Somale, presidente di Asco Concordia - ricominciamo a vivere gli spazi di corso Concordia riqualificato. 'Concordarte' è il primo evento che viene organizzato. Il nostro obiettivo è di accrescere appuntamenti e iniziative valorizzando l'area pedonale e incentivando la partecipazione di cittadini e visitatori".

Foto di Federico Giusti

A Milano, in corso Concordia, l'Associazione commercianti Asco Concordia ha organizzato "Concordarte"

con il contributo del Gruppo Culturale Artisti di Via Bagutta. Nell'area pedonale di corso Concordia è stata allestita, sabato 7 giugno, una mostra di dipinti realizzati da 25 artisti. E le vetrine dei negozi del corso aderenti all'iniziativa hanno ospitato un'esposizione diffusa delle opere dell'artista Luciano Curtarello. "Dopo anni di lavori (iniziati nel 2015 e conclusi a fine 2023)

"Concordarte" A Milano in corso Concordia l'arte dopo i cantieri M4

*Con Asco Concordia
una mostra
nell'area pedonale
e quadri
nelle vetrine dei negozi*



Fino al 4 novembre è in vigore l'ordinanza del Comune di Milano che regola-
menta gli orari dei plateatici-dehor e della vendita, somministrazione e
asporto delle

bevande, nelle zone
della movida. Nelle
13 zone coinvolte
sono vietate: la ven-
dita di bevande

alcoliche per gli

esercizi di vendita al dettaglio e i distributori automatici (dalle 22 alle 6), la vendita
e somministrazione per asporto, per tutte le tipologie di esercizi pubblici e attività
artigianali, di bevande alcoliche (da mezza-
notte alle 6) e l'utilizzo del plateatico per
qualsunque attività, dall'una di notte alle 6
nei giorni feriali e dalle 2 alle 6 il sabato e la
domenica (notte fra venerdì e sabato e
notte tra sabato e domenica) e nei giorni
festivi infrasettimanali. Stop (dalle 20) anche
al commercio itinerante su area pubblica.

Le aree coinvolte dall'ordinanza del
Comune sulla movida: Nolo, Lazzaretto,
Melzo, Isola, Sarpi, Cesariano, Arco della
Pace, Como/Gae Aulenti, Garibaldi (esclusa
l'area di corso Garibaldi tra via Moscova e
via Marsala e Largo La Foppa dove resta in
vigore l'Ordinanza Sindacale n. 41 del 04/06/2021), Brera, Ticinese, Darsena e
Navigli, Cinque Vie (aggiunta quest'anno). (AL)

Milano: fino al 4 novembre in vigore l'ordinanza sulla movida



Foto di Mattia Dognini

Sottoscritto a Roma in Confcommercio il nuovo Accordo Economico Collettivo (AEC) per il settore del commercio, che disciplina i rapporti tra agenti di commercio e aziende mandanti. L'accordo è stato firmato da Agenti FNAARC, la Federazione nazionale degli agenti e rappresentanti di commercio, che ha partecipato attivamente alla trattativa insieme a tutte le principali organizzazioni di rappresentanza degli agenti di commercio e delle case mandanti.

L'Accordo vuole fare chiarezza e aggiornare il contratto di agenzia rispetto all'evoluzione dell'attività di promozione e rappresentanza, per rendere più stabile,

duraturo e produttivo il rapporto di collaborazione tra agente e casa mandante.

Tra le innovazioni di maggiore rilievo, viene per la prima volta riconosciuto esplicitamente il diritto alla provvigione anche sulle vendite online, valorizzando il concetto di esclusiva di zona e l'attività di promozione diffusa svolta dagli agenti, che oggi si conclude anche con vendite tramite e-commerce.

Altra novità rilevante è il riconoscimento del diritto alle indennità agli agenti che operano in forma di società di persone in caso di pensionamento o invalidità del socio.

L'intero testo dell'AEC è stato sottoposto a un'attenta manutenzione normativa, con l'obiettivo di renderlo più attuale e rispondente alle esigenze concrete di mandanti e agenti. Il tema delle variazioni contrattuali è stato oggetto di una revisione sostanziale, in linea con i sempre più repentini cambi dei mercati e l'esigenza di equilibrio tra le parti. Tutte le somme corrisposte dalla casa mandante sono adesso computabili ai fini del calcolo dei singoli istituti contrattuali; il calcolo delle indennità di fine rapporto è stato reso più equo e sono previste maggiori tutele per gli agenti nei casi di malattia, maternità e paternità.

A tutela dei giovani agenti di commercio è stata introdotta una limitazione all'uso dei contratti a tempo determinato. È



Agenti e rappresentanti di commercio Firmato il nuovo Accordo Economico Collettivo del Commercio

*Agenti FNAARC: diritto
alla provvigione
anche sulle vendite online*



Alberto Petranzan, presidente Agenti FNAARC

stato rafforzato anche l'obbligo per la preponente di fornire all'agente tutti i dati relativi ai risultati ottenuti nella propria zona di competenza.

Infine, è stato aggiornato il calcolo del FIRR (Fondo indennità risoluzione rapporto), che era rimasto fermo ai valori del 1989 (36 anni fa).

Dal presidente di Agenti FNAARC Alberto Petranzan "piena soddisfazione per il rinnovo degli Accordi Economici Collettivi del Commercio. Vorrei ringraziare tutti gli organi sociali di Agenti FNAARC, costituiti da agenti di commercio, che con la loro esperienza sul campo hanno contribuito al rinnovo di questo accordo. Basta farsi concorrenza in casa, per la prima volta si sancisce un punto di partenza per regolamentare le vendite online nel rapporto di agenzia. Abbiamo fatto

capire e condiviso con le case mandanti le istanze dei nostri iscritti per costruire un rapporto di collaborazione duraturo e proficuo nel tempo per agenti e case mandanti".

A Milano come nelle altre sedi territoriali in tutta Italia Agenti FNAARC è disponibile a spiegare ed illustrare a tutti gli agenti e rappresentanti di commercio il nuovo Accordo Economico Collettivo del Commercio. (AP)



Giuseppe Freri,
presidente Federcomated

Dall'11 al 13 settembre con Federcomated (la Federazione dei distributori di materiali per l'edilizia) viene ospitato in Confcommercio Milano il 65° Congresso Ufemat, l'Unione delle Federazioni nazionali dei commercianti di materiali da costruzione nella Ue. L'evento coinvolgerà sia Palazzo Castiglioni, la sede di

Con Federcomated appuntamento in Confcommercio Milano

Confcommercio Milano in corso Venezia 47, sia Palazzo Bovara, l'adiacente Circolo del commercio della



Confcommercio milanese in corso Venezia 51. Al Congresso Ufemat – apertura dei lavori della Conferenza annuale con il presidente di Federcomated Giuseppe Freri e i saluti istituzionali del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli – protagonisti i principali distributori europei di materiali edili. Focus su digitalizzazione, Intelligenza artificiale, edilizia circolare e regolamentazione comunitaria.

Fondata nel 1958 a Bruxelles, Ufemat rappresenta le associazioni nazionali dei distributori e produttori di materiali edili di una ventina di Paesi europei tra cui Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Polonia,

Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia. Obiettivo di Ufemat è promuovere la comunicazione tra le associazioni aderenti, supportare le migliori pratiche imprenditoriali e

Distributori europei di materiali per l'edilizia Dall'11 al 13 settembre il 65° Congresso Ufemat

Costituito il Gruppo Giovani Imprenditori di Assofermet Francesca Ferrari eletta presidente

È stato costituito il Gruppo Giovani Imprenditori di Assofermet, l'Associazione nazionale (aderente a Confcommercio) degli imprenditori nel commercio e nella prelaborazione nei settori ferro e acciai, metalli non ferrosi, rottami ferrosi, ferramenta. Francesca Ferrari, Chief and Marketing Officer dell'azienda Giovanni Ferrari srl, è stata eletta presidente.

Il Gruppo Giovani, come sottolineato da Assofermet, è nato per offrire uno spazio strutturato di confronto, networking e crescita personale e professionale; un'opportunità per i giovani ma anche una risorsa strategica per le imprese, che possono contare su energie nuove, competenze digitali e visioni innovative in grado di trasformare il settore.

La costituzione del Gruppo Giovani è avvenuta presso La Fabbbrica di Lampadine, a Milano, dove si è tenuto il workshop "Ispirarsi ai supereroi", un laboratorio esperienziale guidato dal formatore Giampaolo Rossi. I partecipanti hanno esplorato tematiche manageriali come leadership, collaborazione, cambiamento e comunicazione, immaginando il proprio supereroe ideale dotato di "superpoteri imprenditoriali". Il momento culminante è stato la realizzazione di una tavola grafica live da parte di un fumettista pro-



Francesca Ferrari, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Assofermet

fessionista, che ha dato vita alle idee emerse in aula, lasciando un'impronta visiva ed emotiva dell'esperienza. (FG)

tutelare gli interessi del settore presso le istituzioni europee. Il congresso si apre giovedì 11 settembre con l'Assemblea generale annuale e la riunione dei presidenti e dei direttori delle associazioni nazionali. Nello stesso pomeriggio si terrà anche l'incontro del Gruppo Giovani Ufemat. Il giorno centrale, venerdì 12 settembre, sarà dedicato alla 65° Conferenza annuale Ufemat, durante la quale si affronteranno temi strategici come il Regolamento europeo sui rifiuti di imballaggio (PPWR), l'applicazione dei codici GS1, l'economia circolare promossa dal Consorzio Rec, e l'impiego dell'Intelligenza artificiale nel settore edile. Saranno inoltre presentati i rapporti tecnici di Cresme, Sercomated (con l'intervento del presidente Luca Berardo) e Rec. Nel pomeriggio, i partecipanti visiteranno lo stabilimento Mapei a Mediglia e il sito di raccolta rifiuti da demolizione e cantiere di 4Bild Hangar

Federcomated proporrà la costituzione di un tavolo europeo paritetico tra produttori e distributori, per favorire un confronto strutturato a livello comunitario

(Milano) per osservare da vicino applicazioni concrete dei principi di sostenibilità e innovazione.

L'Italia, che – ricorda Federcomated - ha già ospitato con successo il congresso nel 2010 a Venezia, torna ad accogliere Ufemat in un momento in cui la transizione digitale e ambientale rappresenta una priorità per il settore. La dimensione delle imprese di distribuzione italiane – più frammentata rispetto a quella dei Paesi del Nord Europa – sarà oggetto di riflessione, con l'obiettivo di promuovere modelli di collaborazione e condivisi. Federcomated proporrà la costituzione di un tavolo europeo paritetico tra produttori e

distributori, per favorire un confronto strutturato a livello comunitario. L'auspicio, come sottolineato dal presidente Giuseppe Freri, è che il congresso di Milano rappresenti un punto di svolta nella storia della distribuzione edile europea. (GB)

Distribuzione edile, la nuova brochure di Federcomated

Da Federcomated una nuova brochure per raccontare in modo chiaro e diretto tutti i servizi messi a disposizione delle imprese della distribuzione edile. Un'iniziativa pensata per rafforzare il legame con il territorio, offrire strumenti concreti e valorizzare il ruolo strategico nel comparto delle costruzioni.

Federcomated è il punto di riferimento per oltre 9.000 imprese del settore edile, grazie al forte legame con il sistema Confindustria e a una lunga tradizione iniziata nel 1983. Oggi, sotto la guida del presidente Giuseppe

Freri, il quarto dalla sua fondazione, la Federazione si propone come una rete strategica per le pmi italiane che operano nella distribuzione di materiali edili.

Per accompagnare le imprese nel loro percorso di crescita, Federcomated offre servizi concreti legati allo sviluppo organizzativo, alla digitalizzazione e all'espansione com-

merciale, con un'attenzione particolare alla dimensione delle pmi. Allo stesso tempo, promuove forme di associazionismo e collaborazione tra aziende, favorendo la nascita di reti strutturate in grado di aumentare competi-

tività, visibilità e forza contrattuale sul mercato.

Federcomated ha saputo evolversi con il mercato, accompagnando le imprese associate nella trasformazione da semplici rivenditori a partner specializzati della filiera delle costruzioni, grazie alla formazione, all'innovazione e all'informazione continua. Ha promosso il valore dell'associazionismo

come strumento per accrescere la competitività, rendendo ogni azienda protagonista di un sistema condiviso che crea opportunità e rappresentanza.



Roberto Pastor nuovo presidente dell'Associazione grossisti fiori

E' Roberto Pastor il nuovo presidente dell'Associazione grossisti fiori Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Pastor - che per anni lo ha coadiuvato come vicepresidente - ha raccolto il testimone di Franco Cereda che ha concluso la sua lunga esperienza di dirigente sindacale condotta con dedizione e spirito istituzionale e contraddistinta dal forte impegno associativo. Insieme a Roberto Pastor costituiscono il Consiglio Direttivo dell'Associazione Giorgio Gambin e Juri Gregori. L'assemblea ordinaria elettiva si è svolta a Milano presso il Mercato Fiori (Sogemi) di via Lombroso. Per il futuro Pastor sostiene l'importanza di fare rete. Ciò non solo per un consolidamento imprenditoriale, ma anche e soprattutto per l'affermazione dei valori associativi nel rapporto con gli Enti. Le sfide da cogliere - ha detto in assemblea - sono molte e, per raggiungere gli obiettivi, è necessario farlo insieme, da squadra. Unione fra



Roberto Pastor, presidente dell'Associazione grossisti fiori

imprese per permettere al settore dell'ingrosso fiori di continuare a svolgere il suo ruolo di perno del sistema imprenditoriale nel campo florovivaistico.

Aice: torna Go International il 17 e 18 settembre a Milano Allianz MiCo (GATE 3)

*La novità dell'Area B2B
per incontri
con selezionati buyer
internazionali*

Aice
Associazione Italiana Commercio Estero
L'Associazione Italiana per l'Esportazione

GoINTERNATIONAL®
La fiera dei servizi per l'export

**17-18
SETTEMBRE
2025**

**ALLIANZ
MICO
MILANO
GATE 3**
V.le Eginardo, 29

CON IL PATROCINIO DI:

CON IL CONTRIBUTO DI:

A Milano Allianz MiCo GATE 3, il 17 e 18 settembre, si svolge la quinta edizione di Go International®, la fiera dei servizi per l'export organizzata da Aice, l'Associazione italiana commercio estero, con Trade Events. La nuova edizione arriva dopo il successo dell'edizione 2024 che ha registrato un incremento del 25% degli espositori e del 20% dei visitatori. Quest'anno a Go International c'è la novità dell'Area B2B, spazio esclusivo dedicato agli incontri business to business tra aziende italiane e selezionati buyer internazionali. Con un'agenda di appuntamenti pre-organizzati, l'imprenditore ha l'opportunità di entrare in contatto con operatori esteri realmente interessati ai prodotti da esportare.

Contattare Aice ad aice@unione.milano.it.



Massimo Trapletti, presidente Confida

Numeri in calo per la distribuzione automatica: nel 2024 il fatturato del comparto si attesta a circa 1,6 miliardi di euro (-1,62%), le consumazioni scendono a 3,8 miliardi (-3,74%) e decresce anche il parco macchine (808.631 distributori sul territorio, -2,71%). Stabile il mercato dell'OCS (Office Coffee Service: il caffè e le altre bevande calde in capsule e cialde) che, lo scorso anno, ha superato i 401 milioni di fatturato (+0,96%) e che registra oltre 1,11 miliardi di consumazioni (+0,86%). Il giro d'affari totale del comparto è quindi pari a 1,9 miliardi di euro ed oltre 4,9 miliardi di consumazioni. È quanto emerge dallo studio di settore realizzato da Jakala per Confida, l'Associazione italiana distribuzione automatica. A pesare principalmente sui risultati del comparto una generale frenata del tessuto economico italiano, in particolar modo del settore manifatturiero che, da solo, vale per il 30% delle consumazioni del vending.

Confida: calano fatturato e consumazioni della distribuzione automatica

Studio di settore realizzato da Jakala per l'Associazione

“Da quanto è emerso dai dati provvisori dei primi tre mesi dell'anno, la tendenza negativa registrata nel 2024 sembra si stia confermando anche per il 2025 – commenta Massimo Trapletti, presidente di Confida – e stimiamo una contrazione nei consumi di un ulteriore -5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Le ragioni di questa flessione sono molteplici ed intrecciate tra loro: calo della produzione industriale, crescita della cassa integrazione, ripresa dello smart working e l'inflazione che ha portato a una riduzione del potere d'acquisto dei consumatori”.

Per supportare le imprese della distribuzione automatica,

Confida ha investito in una serie di progetti concreti e strategici, volti a migliorare la competitività delle aziende, innovare l'esperienza del consumatore e rafforzare l'intera filiera. Tra questi “l'investimento sulla formazione delle risorse umane del nostro settore – conclude il presidente Trapletti – la collaborazione con università e centri di ricerca per approfondire i cambiamenti di abitudini di consumo avvenuti nel consumatore e lo sviluppo dei metodi di pagamento elettronici tramite le applicazioni che si stanno rapidamente diffondendo nel settore”.

In Confcommercio Milano un momento di confronto promosso da Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, con “L'IA che vogliamo” evento sull'Intelligenza artificiale che ha visto la partecipazione di esperti, professionisti e rappresentanti del mondo dei servizi professionali legati a comunicazione, consulenza, risorse umane, servizi finanziari e ricerche di mercato.

L'apertura dei lavori è stata affidata ad Arturo Dell'Isola, moderatore dell'incontro e vicepresidente di Asseprim, che ha illustrato obiettivi e metodologia dell'iniziativa. I partecipanti sono stati quindi suddivisi in tavoli tematici, ciascuno guidato da un esperto di temi giuridici con il compito di stimolare il dialogo tra i partecipanti e raccogliere spunti e riflessioni da condividere in sessione plenaria.

Questa ha visto i saluti istituzionali di Umberto Bellini, presidente di Asseprim, seguiti dagli interventi di Carmelo Fontana, Senior Regional Counsel di Google e presidente di AIRIA; Manuele Chieppa, Managing Partner di



Asseprim e “L'IA che vogliamo” Scenari e responsabilità in vista di un Codice di Condotta sull'Intelligenza artificiale per le imprese dei servizi professionali

Nexylab e Lorenzo Maternini, direttore della Fondazione Randstad AI & Humanities e Membro della Commissione AI per l'Informazione presso la Presidenza del Consiglio. A seguire, un rappresentante di ciascun tavolo ha restituito i principali esiti delle discussioni, offrendo una panoramica dei punti di vista emersi sui temi trattati.

“Accanto all'entusiasmo per l'adozione dell'IA, non mancano preoccupazioni concrete: l'attendibilità dei dati, la sicurezza delle informazioni, l'impatto sull'occupazione e l'incertezza normativa – dichiara il presidente Asseprim Umberto Bellini – Non è un caso se oltre 3 imprese su 4 chiedono un codice di condotta settoriale, che possa guidarle verso un uso consapevole ed etico dell'Intelligenza artificiale.

Quest'evento è nato proprio da qui: dalla volontà di dare voce ai nostri associati e di condividere esperienze e aspettative per la definizione di un futuro Codice di Condotta sull'Intelligenza artificiale nei servizi professionali”. (AT)



(Incontro di ItaliaProfessioni: foto di Federico Giusti)

Gli incontri di ItaliaProfessioni in Confcommercio Milano Luca Serafini e il libro "Il cuore di un uomo"

In Confcommercio Milano l'incontro organizzato da ItaliaProfessioni, l'Associazione dei professionisti di Conf-

commercio MiLoMB, sul libro

dello scrittore e giornalista Luca Serafini "Il cuore di un uomo" dedicato a un grande professionista che ha scritto la storia della medicina, il cardiocirurgo argentino René Gerónimo Favaloro.

All'iniziativa sono intervenuti, assieme a Serafini, il presidente di ItaliaProfessioni, avvocato Massimo Maria Molla, il consigliere dell'Associazione, avvocato Paolo

Mendicino, il chirurgo odontoiatra dottor Maurizio Cadeo e il professor Cesare Beghi, cardiocirurgo e docente. René G. Favaloro è stato un chirurgo rivoluzionario, il primo che ha impiantato by pass aorto-coronarici (ad oggi, nel mondo, ne sarebbero stati impiantati quasi 45 milioni).



Lo scrittore e giornalista Luca Serafini (a sinistra) con Massimo Maria Molla, presidente di ItaliaProfessioni

Nel 1970, rinunciando a offerte fino a 2 milioni di dollari all'anno per trattenersi negli Stati Uniti, Favaloro torna a

Buenos Aires per realizzare il suo sogno più grande: creare la Fondazione Favaloro, clinica universitaria autosufficiente a disposizione del popolo, ancora oggi la più rinomata del Sudamerica.

Favaloro è stato membro attivo dei comitati di ricerca dei desaparecidos, in aiuto e sostegno alle famiglie delle migliaia di scomparsi durante la dittatura dei militari in Argentina dal 1976 al 1983. La sua filantropia è stata

messa a dura prova dal clima politico ed economico argentino che, negli anni, ha finito per soffocare la Fondazione tra tagli dei finanziamenti pubblici e privati, mancati pagamenti da parte di enti, sindacati, assicurazioni e una crescente depressione economica del Paese.

In ginocchio per i debiti che lo avevano costretto a disfarsi di tutte le sue proprietà personali, abbandonato da molti amici, il 29 luglio del 2000 si è



René Gerónimo Favaloro

tolto la vita con un colpo di pistola al cuore.

Una casa di produzione ha acquisito i diritti del libro "Il cuore di un uomo" per poter realizzare un film.

Presa di posizione congiunta con le altre associazioni imprenditoriali

Il prolungamento della M5 fino a Monza è un'opera fondamentale che trova il sostegno di tutto il territorio. Occorre un impegno finanziario immediato e risolutivo anche ridimensionando le opere accessorie e di compensazione se necessario. A ribadirlo è stata la Confcommercio territoriale di Monza assieme ad APA Confartigianato Monza Brianza ed Assolombarda (Sede Monza e Brianza). Le Associazioni si sono unite all'appello di tutti gli schieramenti politici affinché sia realizzata l'opera infrastrutturale, prima metropolitana del Paese a unire due capoluoghi di provincia.

"Questa importante infrastruttura – hanno evidenziato le Associazioni – rappresenta uno snodo imprescindibile per lo sviluppo dell'economia brianzola e un asse strategico per lo sviluppo sostenibile: pertanto deve essere assolutamente realizzata. È un'opera in grado di attrarre ogni giorno 200mila passeggeri e di togliere dalle nostre strade 30 mila veicoli, decongestionando molte delle arterie viabilistiche del nostro territorio. Riteniamo prioritaria la realizzazione dell'intero tracciato e diamo la nostra disponibilità a facilitare il dialogo tra i Comuni coinvolti nel progetto con l'obiettivo di verificare la possibilità di ridimensionare le opere di compensazione e quelle accessorie per abbassare i costi complessivi e facilitare il reperimento delle risorse finanziarie dell'opera. Riteniamo, dunque, fondamentale l'impegno di tutte le



CHIESO IL PROLUNGAMENTO DEL METRÒ

Le imprese: «M5 arrivi a Monza»

■ «Il prolungamento della M5 fino a Monza è un'opera fondamentale che trova il sostegno di tutto il territorio. Occorre un impegno finanziario immediato e risolutivo anche ridimensionando le opere accessorie e di compensazione se necessario». A ribadirlo sono APA Confartigianato Monza Brianza, Assolombarda (Monza e Brianza) e Confcommercio Monza che si uniscono all'appello di tutti gli schieramenti politici affinché sia realizzata l'opera infrastrutturale, prima metropolitana del Paese a unire due capoluoghi di provincia. «Questa importante infrastruttura – spiegano le associazioni – rap-

presenta uno snodo imprescindibile per lo sviluppo dell'economia brianzola e un asse strategico per lo sviluppo sostenibile; pertanto deve essere assolutamente realizzata. È un'opera in grado di attrarre ogni giorno 200mila passeggeri e di togliere dalle nostre strade 30 mila veicoli, decongestionando molte delle arterie del nostro territorio». «La Sede di Monza e Brianza di Assolombarda, APA Confartigianato Monza Brianza e Confcommercio Monza, si faranno parte attiva e metteranno a disposizione le proprie strutture tecniche per avviare un tavolo di lavoro allargato a tutto il territorio».

Metropolitana 5 Confcommercio Monza: infrastruttura strategica non più rinviabile

Istituzioni coinvolte affinché vengano stanziati le risorse mancanti a coprire tutti i costi, in modo da completare l'iter procedurale e avviare i cantieri nel più breve tempo possibile".

Dalle imprese piccole medie e grandi, al commercio di vicinato, alle filiere produttive passando per l'artigianato locale, tutti questi comparti da tempo attendono la realizzazione del prolungamento della M5, strategico sia in termini di competitività per le nostre aziende sia per la capacità di attrarre nuovi investimenti sul nostro territorio, con positive ricadute non solo per il tessuto economico ma anche per l'intera collettività. Con questo spirito occorre fare sistema concretamente con tutti gli stakeholder coinvolti. Confcommercio Monza, la Sede di Monza e Brianza di Assolombarda, APA Confartigianato Monza Brianza, si fanno parte attiva mettendo a disposizione le proprie strutture tecniche per avviare un tavolo di lavoro allargato a tutto il territorio.

Confcommercio Alta Brianza Il presidente Ermanno Gatti Cavaliere della Repubblica

Ad Ermanno Gatti (foto), presidente della Confcommercio territoriale Alta Brianza, l'importante riconoscimento di "Cavaliere al Merito della Repubblica" per il suo impegno economico e sociale sul territorio.





◀ **Consiglio di Sorveglianza di Asconfidi Lombardia: da sinistra Paolo Ferré (vicepresidente), Carlo Alberto Panigo (presidente), Attilio Aimetti (vicepresidente vicario)**

per le micro, piccole e medie imprese, assicurando solidità, rapidità d'intervento e trasferimento di valore verso l'economia reale». L'Assemblea – che si è svolta presso l'Unione Artigiani di Milano – ha inoltre deliberato la nomina del vicepresidente vicario, del vicepresidente e dei componenti del Consiglio di Sorveglianza per il triennio 2025–2027 confermando in parte la squadra precedente in un'ottica di continuità e consolidamento istituzionale. Sono stati nominati Attilio Aimetti vicepresidente vicario del Consiglio di Sorveglianza e Paolo Ferré, vicepresidente. Eletti, inoltre, i consiglieri Cristian Botti (Fogalco), Nicola Dal Dosso (Confiditer),

All'Assemblea

dei soci di Asconfidi Lombardia, presieduta dal

presidente del Consiglio di Gestione Enzo Ceciliani, è stato rinnovato il Consiglio di Sorveglianza per il triennio 2025–2027. L'Assemblea ha rinnovato all'unanimità l'incarico di presidente del Consiglio di Sorveglianza a Carlo Alberto Panigo, confermando così la fiducia nella continuità della governance.

«Accolgo con gratitudine questo rinnovo – ha dichiarato Panigo – Una sfida importante per il futuro dell'azienda, visti gli obiettivi ambiziosi del nuovo Piano industriale, ma soprattutto considerando gli importanti cambiamenti del sistema del credito in atto e le sfide per il sistema dei Confidi. Continueremo a lavorare con determinazione

Asconfidi Lombardia Rinnovato il Consiglio di Sorveglianza

Roberto Benelli (Fidicomtur). Per il Comitato di controllo interno sono stati confermati Gianluca Delbarba (consigliere indipendente), Giovanni Besio (consigliere indipendente) e Natale Montalto (consigliere indipendente).

**Riconfermato presidente
Carlo Alberto Panigo
Vicepresidenti: Attilio Aimetti
(vicario) e Paolo Ferré**

La nomina del nuovo Consiglio di Sorveglianza rappresenta un passaggio essenziale nel percorso di rinnovo della governance.

Come previsto dallo Statuto di Asconfidi Lombardia, sarà ora (nel momento in cui si scrive n.d.r.) compito del

Consiglio procedere alla nomina dei membri del Consiglio di Gestione, completando così il quadro istituzionale dell'organizzazione. (ADC)



informa
Unione

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

www.confcommerciomilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Barbieri

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49 - 20121 Milano

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

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

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



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA



A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



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

UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO



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

17 | 18
settembre



**CONTATTACI PER MAGGIORI
INFORMAZIONI!**