

Unione

informa

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA



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



80
ANNI DI STORIA

RICORDARE IL FUTURO
1945 - 2025

GLI 80 ANNI DI CONFCOMMERCIO
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA





CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Digitalizzazione e E-Commerce

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

Cosa ti offriamo:

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

Contatta lo **Sportello Spin**

spin
SPORTELLO
INNOVAZIONE
EDI CONFCOMMERCIO

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

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

**PRENOTA UNA CONSULENZA
PERSONALIZZATA E GRATUITA**



GLI 80 ANNI DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha compiuto 80 anni. Celebrazione con un affollato evento istituzionale il 24 ottobre nella sala Orlando di Palazzo Castiglioni, in Confcommercio Milano; realizzazione di una mostra sugli 80 anni allestita a Palazzo Bovara, il Circolo del commercio di Confcommercio Milano, aperta al pubblico nel weekend del 25 e 26 ottobre; iniziativa, promossa dal Club Imprese Storiche, che, sabato 25 ottobre, ha coinvolto oltre 30 attività storiche milanesi in eventi aperti ai cittadini. Il 10 e 24 novembre l'80esimo viene celebrato a Monza e Lodi (ne parliamo nel prossimo numero).

Nelle pagine seguenti

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

80

ANNI DI STORIA

RICORDARE IL FUTURO
1945 - 2025



**Confcommercio ne fa 80
«Ma crediamo nei giovani»**



**IN CONFCOMMERCIO MILANO
IL FORUM NAZIONALE
DEI GIOVANI IMPRENDITORI
CONFCOMMERCIO**

Oltre 400 giovani imprenditori in Confcommercio Milano per il sedicesimo Forum Nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio "Desiderare il futuro" (L'impresa di fare – e continuare – l'impresa). Una due giorni, nella sede di Palazzo Castiglioni in corso Venezia, occasione di dialogo tra imprese, politica, istituzioni, mondo accademico e sociale. Nella foto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli fra i giovani imprenditori (con Matteo Musacci, presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio).

Alle pagine 7, 8, 9





Gli 80 anni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha compiuto 80 anni. Celebrazione con un evento istituzionale il 24 ottobre nella sala Orlando di Palazzo Castiglioni, in Confcommercio Milano, con il presidente Carlo Sangalli, il presidente di Regione Lombardia Attilio Fontana, il sindaco di Milano Giuseppe Sala, il vicario episcopale per la Cultura, la Carità, la Missione e l'Azione Sociale monsignor Luca Bressan. Nell'evento istituzionale vi sono state, inoltre, le testimonianze di Luigi Luini (Luini - Milano) e Cecilia Longo (Longo Un mondo di specialità - Enoteca Longo Legnano) in dialogo con Elisabetta Soglio, giornalista del Corriere della Sera che ha poi intervistato Paolo Mieli, giornalista, saggista e storico, intervenuto sulla storia e il ruolo di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e delle imprese del terziario attraverso la storia di Milano e dei nostri territori.

L'Arcivescovo di Milano Mario Delpini in visita alla mostra, a Palazzo Bovara, per gli 80 anni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

L'arcivescovo di Milano Mario Delpini ha visitato la mostra sugli 80 anni allestita da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza a Palazzo



Il party diffuso delle botteghe storiche

Ottant'anni di Confcommercio: mostre, convegni e iniziative. «Lavoro e tradizione»

di Giovanna Maria Fagnani

Una festa diffusa nei quartieri. Trenta Insegne che fanno parte del Club imprese storiche hanno preparato una sorpresa per i clienti. E poi una mostra a Palazzo Bovara. Un convegno. Venticinquemila negozi, bar, ristoranti festeggiano gli 80 anni dalla fondazione della loro associazione: di categoria, Confcommercio. Nel 1945, l'associazione aprì a livello nazionale. Segui, il 22 settembre, la costituzione



anche a Milano e, di lì a poche settimane, l'avvio delle attività (nella foto alla presenza di un giovane parlamentare Giulio Andreotti), con la rinascita dell'Unione Commercianti, oggi conosciuta come Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La mostra propone una cartellata di fotografie tratte dall'archivio e oggetti storici. L'evento diffuso in città s'intitola invece «Storie di lavoro e tradizione».

a pagina 8

Da 80 anni aperti alla città

Confcommercio festeggia l'anniversario della fondazione
Convegno, mostra con foto e oggetti storici e iniziative nei negozi



Presidente

Carlo Sangalli, il vertice di Confcommercio. Sopra la posa della prima pietra della sede

di Giovanna Maria Fagnani

pochi settimane, l'avvio delle attività, con la rinascita dell'Unione Commercianti oggi conosciuta come Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Ottant'anni di storia. Ma anche uno «sguardo dalla vetrina» sulla vita quotidiana della città. Per celebrare l'anniversario, domani a Palazzo Bovara (corso Venezia 51), sede dell'Associazione, al mattino si terrà un convegno alla presenza delle autorità. Momenti istituzionali a parte, la festa proseguirà nel fine setti-

negozi specializzato in abbigliamento all'inglese, si terranno momenti musicali al suono della cornamusa e assaggi di prelibatezze british. È gradito il dress code scozzese (o almeno un accessorio in tartan). Alle Vetture Empoli (via Tacito 6), visite guidate per scoprire come nasce il vetro verde. Da Asnagi Tessuti (via Mosca 68), un maestro sarto napoletano spiegherà ciò che rende un abito davvero su misura, partendo dalla materia prima pregiata. Alle Calzature Carozza (via Canova 3), un tecnico ortopedico specializzato effettuerà misurazioni personalizzate del piede e della cintura del cliente, illustrando eventuali correzioni.

LA FESTA DELLA CATEGORIA Gli 80 anni di Confcommercio

Ottant'anni di storia per l'associazione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. L'importante ricorrenza verrà celebrata questa mattina a Milano nella sede di Palazzo Castiglioni (corso Venezia, alle 11), con il presidente Carlo Sangalli, il governatore



Bovara, il Circolo del commercio di Confcommercio Milano, che è rimasto aperto gratuitamente al pubblico, per la visita della mostra, nel weekend del 25 e 26 ottobre.



DAL 24 AL 26 OTTOBRE

Confcommercio festeggia gli ottant'anni con incontri, mostra e testimonianze

Evento istituzionale con Sangalli, Sala, Fontana e Bressan
A Palazzo Bovara fotografie d'epoca e materiali inediti

■ Incontri, testimonianze, una mostra con fotografie e documenti storici e materiali inediti. Il 24, 25 e 26 ottobre Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza festeggia i suoi primi 80 anni. Si parte venerdì 24 con un appuntamento

Palaz

terziario. Si potrà visitare gratuitamente (previa registrazione sul canale www.eventibrite.it) dalle ore 10.30 alle 18. Sempre sabato 25, sarà possibile partecipare ai numerosi eventi promossi da 29 attività storiche di Milano città

Il presidente Carlo Sangalli: storia scritta da piccole, medie e grandi imprese del terziario di mercato che sostengono l'occupazione e garantiscono benessere diffuso



Confcommercio: origini, presente e futuro



Venerdì un evento ne celebra l'ottantesimo «compleanno» con gli interventi di autorità ed esperti, e con la partecipazione del vicario episcopale Bressan



“Gli 80 anni di Confcommercio sono 80 anni di storia italiana e dunque di Milano, Lodi, Monza e Brianza. Una storia – ha affermato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - scritta da piccole, medie e grandi imprese del terziario di mercato che sostengono l'occupazione e garantiscono benessere diffuso”.



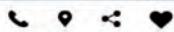
O MIELI



▶▶▶ segue a pag. 4 ▶▶▶



Gli 80 anni di Confcommercio: mostra e eventi nei negozi



La mostra aperta al territorio

Il 29 aprile 1945 veniva fondata la Confcommercio nazionale, il 22 settembre 1945 si firmava l'atto costitutivo a Milano, con la rinascita dell'Unione Commercianti, oggi Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Le 130 immagini in mostra a Palazzo Bovara hanno raccontato di 80 anni di storia al servizio delle imprese che scorrono accanto e attraverso la storia del nostro territorio. Cartoline con le riproduzioni di alcune foto storiche con citazioni dei presidenti della Confcommercio milanese nella storia, sono state donate ai visitatori della mostra. E' stato diffuso un video con testimonianze d'imprenditori.

Nella mostra è stato anche riprodotto uno "studio del presidente" con diversi oggetti esposti: la scrivania storica del presidente con alcuni libri (verbali di consigli direttivi scritti a mano e una pubblicazione relativa all'inaugurazione del Capac Politecnico del Commercio e del Turismo); l'aquila di Calimala, simbolo della Confcommercio, logo che si rifà alla corporazione fiorentina del 1150; la storica bandiera di Confcommercio (con aquila) e un disegno preparatorio; articoli stampa del "Il commercio Lombardo": un articolo dedicato alla cerimonia della posa della prima pietra a

Palazzo Besana il 7 novembre 1954 e un articolo sull'inaugurazione del Capac nel 1966 alla presenza del presidente del Consiglio Aldo Moro; l'invito alla manifestazione del Cinquantennale con il programma delle attività (e un invito scritto dall'allora presidente Edoardo Origlia); una lettera del 7 luglio 1945 dove l'avvocato Pirola, incaricato dai Commissari ministeriali liquidatori per le vendita di Palazzo Besana, contatta il primo presidente Luigi Rossi per stipulare un contratto d'affitto relativamente ai locali occupati dalla Confcommercio.



Con il Club Imprese Storiche una giornata per scoprire tutte le iniziative a Milano delle attività storiche

Per gli 80 anni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza il Club Imprese Storiche ha promosso, per sabato 25 ottobre, l'iniziativa "Storie di lavoro e tradizione": 31 attività storiche hanno proposto per l'intera giornata appuntamenti in negozi e locali con visite speciali, eventi culturali e laboratori.

Oltre 50 le iniziative promosse. Il Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha anche predisposto una mappa online per poterle scoprire tutte.



**CLUB
IMPRESE
STORICHE**

Milano

Confcommercio celebra i suoi primi 80 anni

Dal 24 al 26 ottobre Confcommercio Milano, Lodi, Monza celebra gli 80 anni di fondazione. Tante le iniziative previste, fra cui un evento il 24 ottobre alle 11 a Palazzo Bovara su invito: oltre al presidente Carlo Sangalli (*nella foto*) ci saranno il governatore Fontana, il sindaco Sala e il ministro Urso. Il 25 e il 26 sarà aperta una mostra sulla storia di Confcommercio. Numerosi poi gli eventi

Gli eventi a Monza e Lodi

(nel prossimo numero del giornale)

Gli 80 anni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza si celebrano in questo mese di novembre anche a Monza e Lodi.

Celebrazione dell'ottantesimo a Monza

lunedì 10 novembre (ore 10.30)

all'Auditorium Egidio Ghezzi

Provincia di Monza Brianza (via Grigna 13).

Celebrazione dell'ottantesimo a Lodi

lunedì 24 novembre (ore 10.30)

all'Auditorium Tiziano Zalli

(via Polenghi Lombardo 13).

Foto in queste pagine di Marco Cremonesi, Federico Giusti, Daniele Mascolo, Santa Santacesaria

il Giornale

Cronaca locale

Confcommercio, 80 anni di storia in mostra a Palazzo Bovara

Sabato 25 e domenica 26, fotografie d'epoca, documenti storici e materiali inediti raccontano la rinascita, il 22 settembre 1945, dell'associazione e il suo percorso nella Milano del fare fino ad oggi. Ricostruito lo "studio del presidente". La visita è gratuita: ecco come prenotare

Alberto Taliani | 23 ottobre 2025 - 12:42



Una mostra con fotografie d'epoca, documenti storici e materiali inediti che raccontano gli 80 anni di Confcommercio Milano, un viaggio inedito per "ritornare al futuro" dal 1945 al 2025 che consente anche di scoprire la bellezza monumentale dello storico Palazzo Bovara, sede del Circolo del Commercio, in corso Venezia 51, è una delle proposte più interessanti per un weekend alla scoperta di una delle anime più importanti della città. La mostra è aperta sabato 25 e domenica 26 ottobre con accesso al pubblico gratuito dalle 10.30 alle 18, [registrandosi a questo link](#).

gli eventi promossi da 31 attività storiche di Milano



Premiati i presidenti con oltre 80 anni d'attività d'impresa

Un'anteprima, la sera del 23 ottobre a Palazzo Bovara, ha aperto le celebrazioni degli 80 anni di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con la visita alla mostra da parte dei rappresentanti del sistema associativo. Dodici presidenti sono stati premiati per oltre 80 anni di attività della loro impresa. Vediamo le singole foto nella pagina 6.

▶▶▶ segue a pag. 6 ▶▶▶

Premiati i presidenti con oltre 80 anni d'attività d'impresa

► ► ► segue da pag. 5 ► ► ►



Caffe' Bonomi Spa
(Altoga, Associazione nazionale torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari: presidente premiato Davide Licchelli)



Maino Carlo Srl (ART – Arti della Tavola e Regalo – Associazione nazionale distributori, produttori e rivenditori di prodotti per la tavola, la cucina, il regalo e la decorazione della casa. Presidente premiato: Angelo Maino)



Cartaria Monzese Srl
(Adica, Associazione nazionale distributori carta. Presidente premiato: Paolo Villa)



Moroni Gomma Srl
(Assotecnica, Associazione commercio articoli industriali: presidente premiato Fabio Moroni)



Casalinghi Fornaro di Stefano Fornaro & C. S.A.S. (Associazione commercianti casalinghi, coltellerie, ferramenta, utensilerie, vetro e ceramica: presidente premiato Stefano Fornaro)



Redaelli Srl (Assopetroli-Assoenergia, Sindacato provinciale aziende di riscaldamento e prodotti petroliferi: presidente premiato Luca Redaelli)



Colzani Srl – Gruppo Colzani Srl (FederModa Milano: presidente premiato Andrea Colzani)



Sangalli Giuliano & C. Snc
(Associazione Orafa Lombarda e Club Botteghe Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Andrea Sangalli è il presidente premiato del Club ed è stato presidente dell'Associazione Orafa Lombarda)



Equincarni Melzo di Turba Donato
(Confcommercio territoriale di Melzo: presidente premiato Donato Turba)



Vorwerk Italia Sas Di Vmi Srl (Univendita, Unione Italiana vendita diretta: presidente premiato Ciro Sinatra)

*In Confcommercio Milano
il sedicesimo Forum Nazionale*



Giovani Imprenditori Confcommercio “Desiderare il futuro”: voglia d’impresa

Confcommercio Milano ha ospitato il sedicesimo Forum Nazionale dei Giovani Imprenditori Confcommercio “Desiderare il futuro” (L’impresa di fare – e continuare – l’impresa). Una due giorni, a Palazzo Castiglioni in corso Venezia, molto ricca di appuntamenti ed approfondimenti - un’occasione di dialogo tra imprese, politica, istituzioni, mondo accademico e sociale - con la partecipazione di oltre 400 giovani imprenditori.

Al Forum Nazionale dei Giovani Imprenditori gli interventi, nella prima giornata, del presidente di Confcommercio

Carlo Sangalli e del presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Matteo Musacci ed una presenza istituziona-



economica”. Tra il 2011 e il 2024, l’Italia ha perso 193 mila imprese guidate da under 35.

▶▶▶ segue a pag. 8 ▶▶▶



►►► segue da pag. 7 ►►►



*L'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio.
Incentivi e fisco agevolato per invertire
la tendenza negativa dei dati
sulle aziende guidate dai giovani*



Un calo del 30,6%, molto più marcato rispetto alla riduzione complessiva delle imprese, ferma al 4,2%. La quota di imprese giovanili è scesa dall'11,9% del 2011 all'8,7% odierno, con una perdita di 3,2 punti percentuali. Secondo le stime, se la percentuale di imprese guidate da giovani fosse rimasta invariata, il Pil italiano oggi sarebbe tra i 49 e i 65 miliardi di euro più alto.

Il legame tra occupazione giovanile e imprenditorialità è evidente: i giovani lavorano soprattutto nelle imprese con meno di cinque anni di vita e a prevalente conduzione giovanile. Queste aziende



Carlo Sangalli, presidente Confcommercio: ridurre il carico fiscale e investire nei giovani imprenditori

Commentando i risultati dell'indagine dell'Ufficio Studi, il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha sottolineato come l'Italia abbia bisogno "di investire nei giovani imprenditori per ritrovare crescita, occupazione e fiducia. Per sostenere questo investimento serve un contesto generale favorevole, la diffusione tra le nuove generazioni dell'utilizzo dei grandi contratti collettivi del lavoro che tutelano lavoratori e imprese e infine incentivi e regimi agevolati, che riducano in particolare il carico fiscale. Una tassazione troppo alta riduce, infatti, la propensione al rischio, a cominciare da quello che anima l'attività d'impresa. Senza nuove energie imprenditoriali, il Paese rischia di invecchiare non solo demograficamente, ma anche economicamente e culturalmente".

Alcune foto in queste pagine sono di Federico Giusti



Matteo Musacci, presidente Giovani Imprenditori

Confcommercio: giovani imprenditori spinta naturale del sistema Paese all'innovazione

Per il presidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio, Matteo Musacci "L'Italia non può permettersi di rinunciare a tutto il contributo che i giovani imprenditori possono dare al Paese e al suo futuro. Le imprese giovanili assumono infatti più giovani, investono di più in digitale e crescono più velocemente. Sia che si tratti di accogliere un'eredità imprenditoriale con il passaggio generazionale, sia che si tratti di cominciare una nuova impresa, i giovani imprenditori sono una spinta naturale del sistema Paese all'innovazione, alla sostenibilità e alla crescita. Abbiamo deciso di dedicare il XVI Forum dei Giovani Imprenditori Confcommercio proprio al 'desiderio di futuro' che è alla base di questa spinta vitale che le nuove generazioni interpretano".

mostrano maggiore propensione agli investimenti in tecnologie digitali e registrano performance migliori in termini di fatturato, occupazione e crescita nel medio periodo.

Per invertire la tendenza negativa, due strumenti principali sono importanti: incentivi e regimi fiscali agevolati, in grado di ridurre il costo di avvio di un'attività; un miglioramento del contesto generale, con accesso facilitato al credito. Le start-

up giovanili, infatti, presentano rischi maggiori e costi finanziari più elevati, rendendo indispensabili strumenti pubblici di garanzia. Favorire l'imprenditoria giovanile non è solo un vantaggio per i singoli imprenditori: produce effetti positivi sull'intera collettività. Senza un intervento mirato dello Stato, il numero di imprese giovanili sarebbe inferiore a quello socialmente ottimale.

Confcommercio: in Italia 200 contratti pirata per 160 mila lavoratori

Sangalli: «La rappresentatività va certificata»

Il rapporto

di Antonella Baccaro

Salari ridotti, welfare dimezzato e un minore gettito per lo Stato di più di mezzo miliardo. Sono questi gli effetti devastanti del dumping contrattuale nel settore del terziario e del turismo, denunciato ieri da Confcommercio. Dati alla

implementare. «Non contrastare questa contrattazione — ha detto Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio — significa mettere in difficoltà l'economia di un Paese, la sua spina dorsale, costituita da piccole e medie imprese, e i lavoratori, che sono anche consumatori, le cui abitudini influenzano la domanda interna che è stagnante». Da' calcoli dell'Ufficio stu-

rappresentatività, potenziamento degli strumenti di vigilanza e monitoraggio, rafforzamento della bilaterale come strumento di certificazione della qualità contrattuale. Solo così si può garantire tutela del lavoro e competitività del sistema».

All'appello risponde il presidente di Confeopereggio Maurizio Gardini: «Siamo pronti a collaborare con tutte le associazioni di buona vo-



● Carlo Sangalli
presidente di
Confcommercio

Dumping contrattuale: peso ed effetti sull'economia, sui lavoratori e sulle imprese del terziario e del turismo al centro di un'analisi realizzata da Confcommercio che, per la prima volta, ha offerto un quadro dettagliato sul fenomeno del dumping contrattuale e dei cosiddetti "contratti pirata".

Lo studio è stato presentato nel corso di una conferenza stampa, alla quale sono intervenuti il segretario generale di Confcommercio Marco Barbieri, il responsabile per le Politiche del lavoro e del Welfare della Confede-

razione Guido Lazzarelli e il direttore dell'Ufficio Studi, Mariano Bella.

In Italia sono depositati presso il Cnel (Consiglio nazionale dell'economia e del lavoro) oltre 1.000 contratti collettivi nazionali di lavoro, ma solo una parte è sottoscritta da organizzazioni realmente rappresentative.

Nei soli settori terziario e turismo si contano più di 250 contratti, ma la maggioranza dei lavoratori è coperta da pochi CCNL, tra cui il CCNL Terziario, Distribuzione e Servizi firmato da Confcommercio, il più applicato in Italia con circa 2,5 milioni di addetti.

I cosiddetti "contratti pirata", firmati da sigle minori, sono oltre 200 e riguardano circa 160mila dipendenti e oltre 21mila aziende.

Il fenomeno – in costante crescita soprattutto tra le microimprese e le cooperative – è particolarmente diffuso nel terziario (alcuni settori dei servizi, in particolare) e nel turismo, settori strategici per l'economia e per l'occupazione in Italia, creando anche squilibri territoriali perché si concentra nelle aree economicamente più fragili.

IL REPORT

“Perde dodicimila euro l'anno chi ha un contratto pirata”

Denuncia di aziende e sindacati

**OLTRE 200
I CONTRATTI “PIRATA”
IN ITALIA**

Confcommercio: l'indagine sul dumping contrattuale e i "contratti pirata"



Dumping contrattuale al centro anche dei lavori della Conferenza di sistema Confcommercio (Voi Tanka Village Villasimius, Cagliari): sopra l'intervento del presidente del Cnel Renato Brunetta

L'ANALISI

Confcommercio lancia l'allarme: «Bisogna fermare i contratti pirata»

Il dumping fa perdere ai lavoratori fino a 12mila euro

Secondo l'associazione, sono 160mila i dipendenti coinvolti nel terziario

Sangalli: «Sindacati e istituzioni collaborino»

di Marcello Zucchini

Un lavoratore «può perdere fino a 12.200 euro l'anno» se il suo contratto nazionale non è tra quelli più rappresentativi. E i contratti pirata pesano anche sulle casse dello Stato, generando «un minore gettito complessivo pari a 553 milioni»: lo certifica lo studio di Confcommercio sul dumping contrattuale nei settori terziario e turismo, presentato ieri a Roma.

giorni, soprattutto in alcune aree del Paese (nel Sud, ndr) e che mina le regole della concorrenza. C'è, dunque, bisogno di rafforzare la collaborazione con i sindacati, ma soprattutto di più attenzione da parte del governo a cui chiediamo un impegno concreto per impedire l'applicazione di contratti sottocosto».

Nel terziario e turismo, il solo contratto firmato da Confcommercio riguarda 2,5 milioni di addetti, mentre gli accordi pirata – scrive

553

la milioni di euro, secondo Confcommercio, il minor gettito per lo Stato a causa dei contratti pirata

I "contratti pirata" riducono significativamente diritti e tutele dei lavoratori, creano dumping salariale e normativo, incentivano concorrenza sleale (le imprese corrette sono penalizzate perché devono competere con chi risparmia sul costo del lavoro).

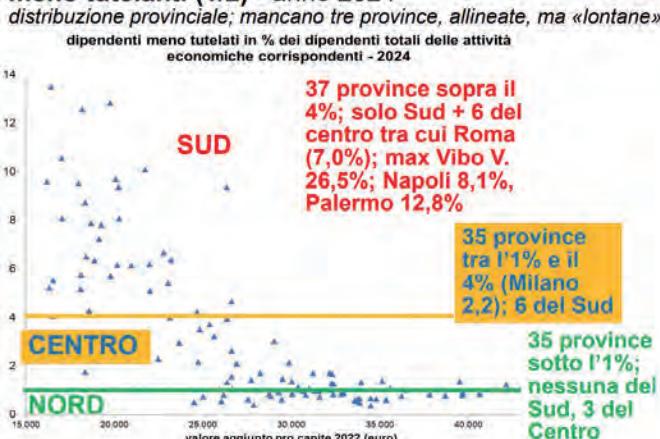
Sangalli: forte preoccupazione per il dumping contrattuale

“Come Confcommercio – ha dichiarato il presidente Carlo Sangalli – siamo costantemente impegnati a garantire regole eque, tutele solide e prospettive di crescita per chi ogni giorno contribuisce allo sviluppo dei nostri settori. Da sempre, infatti, sottoscriviamo contratti innovativi e moderni che anticipano le esigenze dei lavoratori coniugandole con quelle delle imprese.

Oggi, però, guardiamo con forte preoccupazione al cosiddetto dumping contrattuale, un fenomeno che sta assumendo proporzioni sempre maggiori, soprattutto in alcune aree del nostro Paese, che mina le regole della concorrenza, svaluta il lavoro e crea disparità tra imprese e tra lavoratori. C’è, dunque, bisogno di rafforzare la collaborazione con i sindacati, ma soprattutto di una maggiore attenzione da parte del Governo a cui chiediamo un impegno concreto per impedire l’applicazione di contratti sottocosto”.



Evidenze sulla diffusione territoriale dei contratti meno tutelanti (1/2) - anno 2024



Una perdita media di 8mila euro annui dai contratti pirata applicati nel terziario

Minor monte retributivo per 1,3 miliardi, il gettito contributivo perde 339 milioni, quello tributario perde 214 milioni

Confcommercio

Lavoratori penalizzati fino a 12mila euro su straordinario, scatti d’anzianità, bilateralità

minor monte retributivo pari a circa 1,3 miliardi di euro, lo 0,2% del Pil del 2024 e lo 0,3% del monte retributivo, con un minor gettito contributivo pari a 339 milioni di euro – che penalizza i lavoratori quando andranno in pensione –, ed un minor gettito tributario pari a 214 milioni di euro. Dal gettito complessivo, dunque, mancano all’appello 553 milioni di euro.

«Il fenomeno è in costante crescita soprattutto tra le microimprese e le cooperative e è particolarmente diffuso nel terziario, in alcuni settori

dipendenti (migliaia)						
	2019	2024	var. % cum.	var. ass.	2019	2024
Confcommercio	3.563	3.844	7,9	281	89,8	86,4
altri	337	446	32,2	108	8,5	10,0
meno tutelanti	65	156	141,7	92	1,6	3,5
TOTALE	3.965	4.446	12,1	481	100,0	100,0
aziende (migliaia)						
Confcommercio	581	568	-2,2	-12.993	94,8	91,9
altri	19	27	42,6	7.959	3,0	4,3
meno tutelanti	11	21	95,0	10.464	1,8	3,5
TOTALE	611	616	0,9	5.435	100,0	100,0

Con la dicitura «Confcommercio» si fa riferimento ai seguenti quattro contratti collettivi: Terziario, Distribuzione e Servizi; Pubblici Esercizi, Ristorazione Collettiva e Commerciale e Turismo; aziende del settore Turismo; dirigenti di aziende del Terziario, della distribuzione e dei servizi.

Le proposte di Confcommercio

- ✓ Rafforzare il criterio del CCNL “più protettivo” per la valutazione dell’equivalenza contrattuale
- ✓ Istituire un sistema auto-definito dalle parti per la misurazione della rappresentatività sindacale e datoriale
- ✓ Delimitare e riconoscere i perimetri contrattuali attraverso un dialogo strutturato
- ✓ Potenziare gli strumenti di vigilanza e monitoraggio con un indice di qualità contrattuale
- ✓ Rendere obbligatoria l’indicazione del Codice Unico Alfanumerico del CCNL nel contratto individuale di lavoro e garantirne l’interoperabilità in tutte le banche dati pubbliche
- ✓ Rafforzamento della bilateralità come strumento di certificazione della qualità contrattuale

A titolo d’esempio, i lavoratori a cui vengono applicati questi contratti si trovano con:

- salari ridotti (fino a quasi 8.000 € di retribuzione annua lorda in meno rispetto al CCNL Confcommercio)
- integrazioni per malattia o infortunio ridotte (al 20-25% contro il 100% del contratto Confcommercio)
- meno ferie, permessi e scatti di anzianità
- indennità ridotte o assenti
- orari lunghi senza compensazioni
- flessibilità accentuata senza garanzie
- carenza o totale assenza di molte forme e strumenti di welfare, come la sanità integrativa e la previdenza complementare.

In generale, il fenomeno del dumping contrattuale mina la produttività, indebolisce il tessuto imprenditoriale e frena la crescita del Paese.

IL PRESIDENTE SANGALLI: «SI POSSONO PERDERE FINO A 12MILA EURO L'ANNO»

Allarme di Confcommercio: 200 contratti pirata a 160mila lavoratori

■ Salari ridotti, meno giorni di ferie e permessi, assenze della quattordicesima mensilità e poche tutele assenziali. Sono questi alcuni degli effetti provocati dai cosiddetti contratti pirata, fenomeno in crescita specialmente nelle micro-imprese e nelle cooperative e assai diffuso nel terziario e nel turismo. E, se per il lavoratore tutto ciò si può tradurre in una perdita monetaria di oltre 12.200 eu-

cordi in settori «strategici per l’economia e per l’occupazione» del Paese, causa «squilibri territoriali», secondo l’Associazione, perché «si concentra nelle aree economicamente più fragili, soprattutto al Sud». Il dumping contrattuale assume contorni «preoccupanti» per il presidente del Confcommercio Carlo Sangalli, poiché «mina le regole della concorrenza, svaluta il lavoro e crea disparità tra im-



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

Al vostro fianco per avviare nuove attività

Formazione, consulenza e vantaggi

per realizzare il tuo sogno imprenditoriale.

Il nostro **sistema associativo** è una **guida** presente **in ogni fase** del processo di sviluppo ed evoluzione della tua attività, attraverso **consulenze personalizzate**, supporto costante nella ricerca di **finanziamenti** e accesso a **tariffe agevolate**.

START PACK

Iscriviti al **programma Start Pack**:

1) per **neo imprenditori** e 2) per **aspiranti imprenditori**. Offre moduli formativi su temi chiave come bilancio, marketing e gestione del personale, arricchendoti con le esperienze di altri **giovani imprenditori**.

SCOPRI I CORSI START PACK



Richiamano l'attenzione i risultati di una recente indagine di Confcommercio che ha messo in luce il preoccupante fenomeno della crescita dei cosiddetti 'contratti pirata'.

Oltre mille i contratti collettivi nazionali di lavoro depositati al Cnel: duecentocinquanta nei soli settori del turismo e del terziario. Tra questi, vi sono contratti firmati da rappresentanze sindacali e datoriali scarsamente rappresentative, con vere e proprie forme di dumping contrattuale che

hanno l'effetto di ridurre i diritti e le tutele dei lavoratori, di abbassare i livelli salariali, di provocare concorrenza sleale fra imprese".

Lo ha detto il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, durante la cerimonia di consegna delle Stelle al Merito del Lavoro per l'anno 2025.

"Bene il richiamo del Presidente Mattarella sulle pericolose conseguenze del dumping contrattuale, un fenomeno che, come emerso da una nostra recente analisi (vedi pagine 10 e 11 n.d.r.), danneggia imprese e lavoratori ed è in forte

Fenomeno dei "contratti pirata" Interviene anche il Presidente Mattarella



**Carlo Sangalli
e il Presidente
della Repubblica
Sergio Mattarella**

crescita, soprattutto nel Mezzogiorno – ha commentato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - Sono parole che colgono pienamente il cuore del problema: senza salari dignitosi e contratti rappresentativi non c'è crescita, né coesione sociale. E bene anche il prezioso lavoro che, su questo terreno, sta portando avanti il Cnel

anche attraverso la riforma del regolamento dell'archivio dei contratti. Condividiamo, pertanto, con forza la necessità di contrastare i cosiddetti 'contratti pirata' e il dumping contrattuale ed è proprio la contrattazione collettiva firmata dalle parti realmente rappresentative lo strumento più efficace per garantire tutele, qualità del lavoro e sviluppo equilibrato".

Impresa Cultura Italia Confcommercio Detrazione fiscale per sostenere i consumi culturali

In Confcommercio si è svolto l'incontro "Sostiene la Cultura. Consumi culturali e leva fiscale: verso una proposta di detrazione", promosso da Impresa Cultura Italia Confcommercio. L'evento ha messo al centro la proposta di introdurre una detrazione fiscale sulle spese culturali delle famiglie, con particolare attenzione all'acquisto di libri e ai biglietti per spettacoli dal vivo. Una misura per rendere la cultura un bene accessibile e parte integrante del welfare familiare.

Dopo i saluti istituzionali di Donatella Prampolini, vicepresidente di Confcommercio con incarico alle Politiche del Fisco e di Bilancio, si è svolta una tavola rotonda con Paolo Ambrosini, vicepresidente di Impresa Cultura Italia e presidente di Ali; Domenico Barbuto, segretario generale di Agis e Adriano Bordignon, presidente del Forum delle Associazioni familiari. All'evento hanno partecipato Federico Mollicone, presidente della VII Commissione della Camera; Francesca Scatto, presidente della VI Commissione del Consiglio regionale Veneto e Gabriele Sepio, partner dello studio e-IUS Tax&Legal che ha collaborato con Impresa cultura Italia per definire ed elaborare la proposta di detrazione fiscale. La chiusura è stata affidata al presidente di Impresa Cultura Italia Carlo Fontana.

"La cultura – ha rilevato Fontana - non può restare un lusso per pochi. I dati del nostro Osservatorio ci dicono che oltre il

75% degli italiani ne riconosce il valore, ma più di un cittadino su quattro rinuncia ad attività culturali per motivi economici. La



Carlo Fontana, presidente Impresa Cultura Italia Confcommercio

barriera del prezzo colpisce soprattutto i giovani, famiglie con figli e chi vive nelle aree periferiche". Secondo Fontana, "è qui che la leva fiscale può fare la differenza: riconoscere una detrazione anche per un libro o un biglietto a teatro significa affermare che la cultura è un bene primario, parte integrante del benessere familiare e di una moderna visione di welfare". Fontana ha poi messo l'accento su un altro aspetto interessante. "Vorremmo che la spesa per il consumo culturale entrasse nell'ambito del welfare aziendale. Una scelta che completerebbe il percorso per una maggiore fruizione della cultura".

LA SETTIMANA restart



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

INQUADRA E ASCOLTA



ASCOLTA SU



Impresa Cultura Italia Confcommercio I protagonisti della seconda stagione di ““Cooltissimo Podcast””

Seconda stagione per “Cooltissimo Podcast”, il podcast di Impresa Cultura Italia Confcommercio sul mondo della cultura italiana. Cinque episodi con cinque protagonisti d’eccezione: Davide Rampello, direttore creativo e curator dello studio Rampello & Partners; Fortunato Ortombina, Sovrintendente del Teatro alla Scala di Milano; Barbara Minghetti, manager culturale e presidente di Impresa Cultura Parma; Laura Venturini, imprenditrice digitale ed esperta di SEO e innovazione; Luca Foresti, imprenditore e innovatore nel settore sanitario e culturale. Con temi che spaziano dal teatro all’innovazione sociale, dai consumi culturali alle tradizioni che definiscono l’identità del Paese.

Il lancio di questa seconda stagione di “Cooltissimo Podcast” giunge in un momento favorevole per il mondo dei podcast: secondo le rilevazioni Swg per Impresa Cultura Italia

(dicembre 2024), il 37% degli italiani ha ascoltato almeno un podcast nell’ultimo anno. Tra questi, quasi uno su cinque è disposto a pagare per contenuti o abbonamenti. Un segnale che conferma come il podcasting sia diventato uno strumento centrale di partecipazione culturale.

Dove trovare “Cooltissimo podcast”

E’ disponibile gratuitamente in formato audio e video su:

- Spotify: <https://open.spotify.com/show/5RiaWWCDTHPwfJm1yUDLfL?si=fbc6153c479b4b82>
- Apple Podcast: <https://podcasts.apple.com/it/podcast/cooltissimo-podcast/id1814658182>
- Amazon Music: <https://music.amazon.com/podcasts/3814c4b1-8a7d-4da5-aa3d-9c570ae85315/cooltissimo-podcast>
- YouTube: <https://www.youtube.com/@ImpresaCulturaItalia>



▲ Luca Foresti



▲ Fortunato Ortombina

▼ Laura Venturini



▲ Davide Rampello



▲ Barbara Minghetti

Gli episodi della seconda stagione di “Cooltissimo Podcast”

- “Fortunato davvero! Dietro le quinte del Teatro alla Scala” – con Fortunato Ortombina, Sovrintendente del Teatro alla Scala.
- “Un check-up della cultura: quando le idee innovative possono curare” – con Luca Foresti, imprenditore e start-upper.
- “Il pubblico di domani si educa oggi: il teatro come luogo intergenerazionale” – con Barbara Minghetti, presidente Impresa Cultura Parma.
- “Cultura è coltivare: cibo, memoria e identità” – con Davide Rampello, direttore creativo e curator dello studio Rampello & Partners.
- “Quale prompt diamo alla cultura?” – con Laura Venturini, imprenditrice e consulente SEO.

FORMA
TIPO
BFORMA
TIPO
CFORMA
TIPO
DFORMA
TIPO
Dplus**SMART****SMART**
Plus

ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA

A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO

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

UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!

SENZA
ATTESASCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%ASSISTENZA
24/7DETRAIBILITÀ
FISCALENETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO

L'appuntamento per i 70 anni di Ente Mutuo

Il 19 novembre
due momenti in Confcommercio Milano

Mercoledì 19 di questo mese di novembre giornata di festeggiamenti per celebrare, con soci e partner, il 70° anniversario di Ente Mutuo Regionale Società di Mutuo Soccorso ETS. Nato nel 1955, Ente Mutuo è l'ente di assistenza sanitaria integrativa che fa riferimento a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Al mattino: "Mutue, fondi e SSN. L'integrazione possibile" con Alberto Brambilla

La giornata del 19 novembre prevede una sessione mattutina (dalle 10, accredito dalle 9.30) con un convegno in Confcommercio Milano (Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47, sala Orlando) **"Mutue, fondi e SSN. L'integrazione possibile"**.

Dopo gli interventi di benvenuto del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli; di Carlo Alberto Panigo, vicepresidente delegato di Ente Mutuo e del direttore generale Giuseppe Dalla Costa, sono previsti i saluti istituzionali di Mario Melazzini (dg Welfare Regione Lombardia), Patrizia Baffi (presidente III Commissione Regione Lombardia) ed Emanuele Monti (presidente IX Commissione Regione Lombardia). Successiva presentazione di Ente Mutuo a cura del direttore generale Dalla Costa ed intervento di Alberto Brambilla, presidente Centro Studi e Ricerche Itinerari Previdenziali.



Alberto Brambilla

Le tavole rotonde

"Il modello Ente Mutuo: un esempio virtuoso di integrazione fra pubblico e privato" coordinata da Alberto Brambilla. Partecipano Gabriele Sepio (segretario generale Fondazione Terzjus); Marianna Cavazza (CERGAS/OCPS Bocconi); Antonio Chelli (presidente FIMIV); Dino Petrucci (coordinatore Confcommercio per la sanità integrativa e Consulta).

"La realtà di sanità integrativa non profit del Sistema Confcommercio ed il loro futuro" coordinata da Laura Bernini (responsabile settore Welfare Confcommercio). Ha come partecipanti Fabiana Auriemma (vicepresidente Fondo Est); Marco Abatecola (direttore Quas); Maurizio Mauro (direttore FASDAC); Marco Piana (presidente EMEC); Roberto Mutti (presidente MIV Alessandria).

MUTUE, FONDI E SSN L'INTEGRAZIONE POSSIBILE

In occasione del suo 70°anniversario, Ente Mutuo Regionale Società di Mutuo Soccorso ETS propone un momento di riflessione tra Istituzioni, Esponenti di Settore e della Sanità Integrativa no profit, con particolare attenzione al ruolo che le mutue e i fondi possono svolgere a integrazione del Sistema Sanitario Nazionale.

Ad Alberto Brambilla le conclusioni dell'approfondimento su "Mutue, fondi e SSN. L'integrazione possibile" con le proposte alle istituzioni.



70 ANNI DI ENTE MUTUO FESTEGGIAMO INSIEME!

Da 70 anni Ente Mutuo Regionale è accanto ai Soci di Confcommercio per offrire soluzioni alle esigenze di salute di tutta la famiglia. Desideriamo quindi celebrare questo importante traguardo con Soci e Partner: un'occasione per conoscerci e per ringraziarvi della fiducia accordata, che ha permesso a Ente Mutuo di raggiungere questo importante risultato.

Nel pomeriggio: "70 anni di Ente Mutuo. Festeggiamo insieme!" con Matteo Bobbi

Nel pomeriggio del 19 novembre (ore 17, Confcommercio Milano Palazzo Castiglioni, sala Orlando) il momento di festa per Ente Mutuo Regionale. Ospite Matteo Bobbi (ex pilota, volto e voce di Sky Sport F1): previsti presentazioni, premiazioni e intrattenimento musicale.

Sarà con noi
MATTEO BOBBI,
ex pilota, volto
e voce Sky Sport F1



Richemont

Iniziative con Richemont Club Italia



A Host Milano l'Associazione Panificatori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza protagonista all'Area Bakery Square. Insieme a Richemont Club Italia è stata promossa l'iniziativa "Pane e Benessere" con workshop e momenti di confronto

dedicati alla promozione del pane come alimento simbolo di equilibrio tra sport e benessere. E, nella Veranda Liberty di

"Pane e benessere": l'Associazione Panificatori ad Host

*Associazione Panificatori ad Host:
qui sopra, da sinistra,
il vicepresidente Pasquale Di Liddo
e il presidente Matteo Cunsolo*

Palazzo Castiglioni (Confcommercio Milano), la serata a inviti "Milano in Fermento": protagonisti i fermentati.

Valorizzare la ristorazione italiana Ad Host Milano protocollo d'intesa tra FIPE Confcommercio ed APCI

In occasione di Host Milano siglato un protocollo d'intesa tra FIPE Confcommercio (la Federazione italiana pubblici esercizi) e APCI, l'Associazione professionale cuochi italiani. Il protocollo prevede la realizzazione di iniziative congiunte, tavoli di confronto e progetti comuni orientati a potenziare la formazione professionale e la qualificazione delle competenze; sostenere la promozione del Made in Italy nel mondo e tutelare e diffondere l'identità gastronomica nazionale.



"Oggi più che mai – ha dichiarato Lino Stoppani, presidente FIPE – è necessario fare squadra per tutelare il valore economico, culturale e sociale della ristorazione italiana". "Non si tratta di un'alleanza di faccia – ha dichiarato Roberto Carcangiu, presidente di APCI – ma di un percorso che vuole unire esperienze e visioni, con l'obiettivo di dare più solidità e coerenza al sistema della ristorazione".

Ad Host Milano "Il futuro del bar italiano" FIPE: modello di business da ripensare

Negli ultimi 10 anni hanno cessato l'attività oltre 21 mila bar e nel solo primo semestre del 2025 il saldo tra aperture e chiusure è stato negativo per 706 unità. E il tasso di sopravvivenza delle imprese, a cinque anni dall'apertura del bar, è del 53%. Sono alcuni dati emersi a Host Milano nell'evento "Il futuro del bar italiano", promosso da FIPE Confcommercio con la partecipazione di Andrea Illy, chairman di Illycaffè, che si è confrontato con il presidente FIPE Lino Stoppani. "Le evidenze sullo stato di salute dei bar italiani mostrano come sia necessario un ripensamento del modello di business del comparto - ha dichiarato Stoppani - Con il cambiamento delle abitudini di consumo, la sfida di oggi è quella di trovare un nuovo punto di equilibrio per la sostenibilità economica delle attività".

"Di tutte le attività commerciali al dettaglio, i bar - ha affermato

Andrea Illy - sono quelle che annoverano di gran lunga il più elevato numero di punti vendita e di contatti con il pubblico". "Oltre ai servizi irrinunciabili che offrono" i bar costituiscono "un potentissimo strumento promozionale dell'Italia nel mondo e rappresentano un patrimonio da valorizzare". E' allo studio un progetto sulla filiera che vede il coinvolgimento di FIPE e Illycaffè per valorizzare il bar del futuro.





Gran Premio della Caffetteria Italiana e le competizioni nazionali e mondiali Latte Art Grading System

(Una foto di Federico Giusti)

Al “Villaggio del caffè” di Host Milano (la 44ª edizione della fiera internazionale dell’ospitalità professionale svoltasi a Fiera Milano Rho) con Altoga, l’Associazione nazionale torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari, ed Aicaf (l’Accademia italiana maestri e sommelier del caffè) si sono svolte le competizioni italiane e internazionali per valorizzare l’arte e la cultura della caffetteria.

Con Altoga e Aicaf a Host Milano la “formula uno” del caffè

Gran Premio della Caffetteria Italiana

Quest’anno il caffè ha “parlato” al femminile con Cristina Pangrazio, giovanissima bresciana, prima donna a vincere il Gran Premio della Caffetteria Italiana. Al secondo posto Antonio Tamburino (Caserta), al terzo Pasquale Calderone (Genova). Ogni concorrente aveva a disposizione 13 minuti per realizzare due espressi, due cappuccini e due drink freddi a base di caffè: bevande da realizzare tutte con lo stesso caffè. I giudici hanno valutato tre aspetti: tecnica, gusto e mise en place. La finale, come caffè, è stata sponsorizzata da Bonomi e Musetti.



WLAGS mondiale

Due italiani fra i vincitori del mondiale WLAGS (World Latte Art Grading System): Danilo Esposito nella WLAGS battle verde e Andrea Tianyu Wang nella WLAGS battle oro. Il cileno Matias Faundez ha primeggiato nella WLAGS battle rosso e lo svizzero Miran Rasiti ha vinto il WLAGS battle nero.



Premiati da Francesca Cavallo (Head of Hospitality Exhibitions di Fiera Milano) i vincitori WLAGS (Latte Art Grading System) mondiale

LAGS italiana

Alle finali LAGS (Latte Art Grading System) italiana i vincitori sono stati Danilo Esposito (LAGS battle verde); Giulio Maisto

(LAGS battle rossa); Renzo Solazzo (LAGS battle nera) e Andrea Tianyu Wang (LAGS battle oro). L’evento è stato sponsorizzato dalla Torrefazione Varanini.



Quilici e Cesare Bassani. Sponsor per il caffè: Bialetti.

“Moka Challenge 2025”

Il “Moka Challenge 2025” è stato vinto da Vittorio Orsina. Al secondo e terzo posto rispettivamente Federico



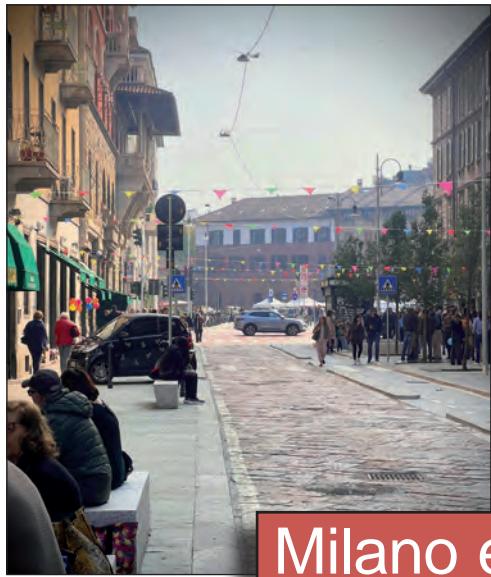


Foto via San Vittore di Federico Giusti

Sant'Ambrogio della linea M4, che, rileva Palazzo Marino, ne hanno modificato sensibilmente l'uso pubblico rendendola più ricettiva. In particolare, sono stati razionalizzati gli spazi destinati ad una fruizione prevalentemente pedonale, con l'ampliamento dei camminamenti sui mar-

La Giunta comunale milanese ha approvato gli indirizzi per l'istituzione del Piano d'Area riguardante le attività commerciali di via San Vittore. Il Piano d'Area, rileva il Comune, ha come obiettivo principale quello di

assicurare una fruizione ordinata degli spazi collettivi, in linea con il carattere storico-monumentale dell'area, nonché di equilibrare l'interesse degli operatori economici per la valorizzazione delle attività di somministrazione, la tutela del decoro, della mobilità pedonale e della vivibilità urbana più generale. L'area, compresa tra via Carducci, via Olona, via Modestino e piazza Sant'Ambrogio è stata oggetto di importanti interventi urbani, legati alla stazione



Milano e la M4 Dal Comune il Piano d'Area per le attività commerciali di via San Vittore

ciapiedi e l'annessione della pista ciclabile.

Queste modifiche hanno reso necessaria per il Comune "l'adozione di uno strumento per armonizzare gli spazi appena realizzati e dotati di nuovi elementi di arredo urbano, alle proposte di occupazione di suolo pubblico da parte degli esercenti di bar e ristoranti che dovranno attenersi ad alcune prescrizioni: ombrelloni e tende leggere e di medesima tipologia con colori dei tessuti uniformi, tavoli, sedie, fioriere e paraventi con linee standard".

Milano e le difficoltà per i cantieri M4 Per le pmi interessate bando da 300 mila euro a supporto della gestione ordinaria Linee guida approvate dalla Giunta comunale

La Giunta comunale milanese ha approvato le linee guida per un nuovo bando, del valore di 300mila euro, che stanzia contributi a fondo perduto utili a supportare la gestione ordinaria delle attività del tessuto commerciale messo in difficoltà dai cantieri della M4. Le risorse, indica il Comune, possono, ad esempio, essere utilizzate per canoni di locazione ed utenze per immobili; canoni e tributi locali; leasing per acquisto beni o servizi; acquisto di materiale d'uso da non destinare alla vendita; spese per prestazioni di servizi; spese per il personale; studi per programmi di marketing e comunicazione. L'importo massimo del contributo sarà dell'80% rispetto

al totale della spesa corrente sostenuta e documentata. Nel momento in cui si scrive

Dal 2016 erogati 8,2 milioni di euro a fondo perduto a supporto delle attività che hanno subito disagi

l'avviso pubblico del bando è in attesa di pubblicazione. Dal 2016 ad oggi, attraverso gli avvisi pubblicati in applicazione delle linee guida, sono stati erogati 8,2 milioni di euro a 292 aziende ubicate nelle tre tratte del tracciato della M4 Linate-San Cristoforo.



Milano e i Giochi Olimpici e Paralimpici 2026

Gli interventi previsti sulla viabilità



Come cambierà con i Giochi la viabilità in città

In un recente incontro, il Comune di Milano ha illustrato come verrà modificata la viabilità nelle aree circostanti le sedi milanesi dei Giochi:

- Fiera Milano, sede del Media Center (attivo 24 ore su 24): chiusura della corsia di viale Teodorico verso piazza Firenze, avranno accesso solo i media; il traffico sarà deviato con un piano di indirizzamento verso percorsi alternativi. In viale Berengario verrà tolta la sosta: questi spazi saranno messi a disposizione del Comitato Olimpico (CIO) e dei servizi stampa.
- Santa Giulia, sede dell'Arena dell'hockey su ghiaccio: ci sarà una viabilità dedicata al sistema delle navette, con il carico (in via Luigi Russolo) e lo scarico (in piazza Tina Modotti) dei passeggeri.
- Saranno spostati: il capolinea della linea 88, gli stalli per i disabili, e i taxi su via Russolo (in dettaglio: verrà istituito un senso unico in piazza Tina Modotti tra la rotonda di via Pizzolpasso e via Russolo, mantenendo la circolazione verso via Russolo. In piazza Tina Modotti avverrà lo scarico degli spettatori diretti alla stazione di Rogoredo. Per permettere la sosta delle navette in via Russolo, gli stalli dei taxi verranno spostati sul lato di Sky e gli stalli dei disabili saranno collocati più a nord. Il capolinea dell'autobus 88 sarà posto all'inizio di via Monte Penice).
- Scalo Porta Romana, sede del Villaggio Olimpico: la viabilità cittadina non subirà modifiche.

Possibile chiusura degli uffici pubblici

La Prefettura sta valutando se tenere chiusi tutti gli uffici pubblici il 6 febbraio, giorno della cerimonia di apertura dei Giochi, quando sono attesi a Milano 60 capi di Stato. Forse già dal pomeriggio del giorno precedente. La decisione verrà resa nota una settimana prima dell'evento.



Le aziende con sede vicino ai luoghi dei Giochi

Per tutta la durata dei Giochi è stimato un sovraccarico veicolare con un traffico più congestionato del solito. Per questo motivo il Comune di Milano chiede la collaborazione delle aziende che hanno sede vicino a una delle tre sedi olimpiche per incentivare, per quanto possibile, lo smart working, agevolare il car pooling tra colleghi e promuovere tra i dipendenti l'uso dei mezzi pubblici.

Giochi Olimpici e Paralimpici 2026 Milano Cortina: dal 6 al 22 febbraio 2026 i Giochi Olimpici e dal 7 al 22 marzo 2026 i Giochi Paralimpici. La cerimonia d'apertura dei Giochi si svolgerà la sera del 6 febbraio allo stadio di San Siro (ore 20 - 22.30). A Milano le sedi dove si svolgono le competizioni sono:

- Milano Santagiulia Arena, per l'hockey su ghiaccio;
 - Forum di Assago, per pattinaggio di figura e short track;
 - Fiera Milano Rho, per pattinaggio di velocità e hockey su ghiaccio;
- Oltre alle sedi in cui si svolgeranno le gare, a Milano avranno sede:
- il Villaggio Olimpico, nell'ex scalo ferroviario di Porta Romana;
 - il Media Center, a Fiera Milano.

Il trasporto pubblico locale durante i Giochi

Il trasporto pubblico locale sarà potenziato: per tutta la durata dei Giochi tutte le stazioni della metropolitana saranno aperte fino alle 2 del mattino, dopo quell'ora saranno attive le linee sostitutive dei bus.

Secondo le previsioni del CIO, la quasi totalità degli spettatori raggiungerà le gare con i mezzi pubblici, tenuto conto che arriveranno soprattutto dall'estero.

Metropolitane

Prolungato l'orario di tutta la rete con ultima corsa in partenza dai capolinea alle 2 (escluso i rami Gobba-Cologno e Gobba-Gessate della M2). Ciò consentirà di avere corse in centro città fino a circa le 2.20 con frequenze come nei normali orari serali.

- Potenziamento delle fasce critiche.
- Linea M1: più corse nel festivo pomeriggio.
- Linea M2: più corse serali sul ramo Assago e aggiunta di corse il festivo pomeriggio.
- Tra le 2:30 e le 5:30 verrà estesa a tutte le notti della settimana la rete notturna con l'attivazione di 14 linee (la sostitutiva della M1 sarà prolungata a Rho e quella della M2 ad Assago).

Mezzi di superficie

- Potenziato il tram 27 e prolungato il tram 12 da viale Molise a viale Ungheria per garantire il servizio all'arena di Santa Giulia.
- Potenziata la linea 66 i viale Molise.
- Istituzione di due navette: Rogoredo (via Russolo) - Arena Santa Giulia ed Arena Santa Giulia - Rogoredo (piazza Tina Modotti).

Parcheggi

- Prolungato l'orario fino alle 3 dei parcheggi di Famagosta, San Donato, Gobba, Lampugnano, Bisceglie, Maciachini, Molino Dorino e Rho.



(Una foto di Federico Giusti)

Al Circolo del commercio di Confcommercio Milano la consegna dei riconoscimenti con il presidente di Confcommercio e Associazione 50&Più Carlo Sangalli

Carlo Sangalli, presidente di 50&Più; Ottavio Lucarelli, presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Campania (che ha patrocinato il Premio); Marco Trabucchi, presidente dell'Associazione Italiana Psicogeriatrica e di Fondazione Leonardo; Lorenzo Francesconi, segretario generale 50&Più; Anna Grazia Concilio, direttrice responsabile 50&Più rivista. "Il premio

'Giornalismo inclusivo' – ha spiegato Sangalli – si inserisce in un filone di iniziative

che 50&Più ha avviato da tempo a tutela dei diritti delle persone anziane. A gennaio di quest'anno, 50&Più e



Ordine dei Giornalisti della Campania hanno siglato la Carta di Napoli, il primo documento in Italia che tutela i diritti delle persone anziane a mezzo stampa". Aggiunge Ottavio Lucarelli, presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Campania: "L'inclusività non è un optional, ma un pilastro del giornalismo etico e professionale".

"Giornalismo inclusivo": i premi di 50&Più



A Michela Iaccarino (categoria articolo) per "In Gran

Bretagna il primo eco-villaggio per anziani in Europa: come vivere la terza età in simbiosi con la natura" (pubblicato su Il Fatto Quotidiano il 24 giugno) e Maria Vera Genchi (sezione reportage) per "Costretti a dormire per strada o in camerette tra rifiuti e gente ubriaca. Vivere a Roma con una pensione minima" (pubblicato su Roma Today il 4 settembre) sono stati assegnati i riconoscimenti della prima edizione del "Premio 50&Più 'Giornalismo inclusivo'". La premiazione si è svolta a Palazzo Bovara, il Circolo del commercio di Confcommercio Milano, con il presidente di Confcommercio

Aiutare gli esercizi commerciali Le chiusure impoveriscono i quartieri Meno burocrazia e fisco

Il punto



Bruno Villois

e celebrazioni degli 80 anni di Confcommercio capitano in un periodo segnato dalla sfiducia che si esprime con il calo dei consumi e la sempre minor propensione alla spesa da parte delle famiglie. Una propensione che è minata dai postumi dell'inflazione biennale del 2022-23, che si aggancia non solo alla debolezza dei salari del lavoro dipendente, ma anche al calo dei ricavi, che deriva dalla diminuzione della domanda sul commercio di piccole e micro dimensioni, la cui percentuale sul totale degli esercizi del commercio supera l'80%.

Ad aumentarne gli effetti negativi concorrono altri fattori come ad esempio i costi di esercizio, capeggiati da quelli delle locazioni, ma anche la pressione fiscale, seppur ridimensionata dal Governo Meloni con la flat tax. E la burocrazia che, localmente, Milano in testa, resta un salasso in termini finanziari e di tempo per le imprese di ogni dimensione. Le prossime festività natalizie - il cui peso sull'intero esercizio è, da sempre, strutturalmente rilevante - stabilirà quanto sia o no in calo la domanda e come si orienti oltre i beni indispensabili, come alimentari e prodotti per la persona e la casa.

L'effetto post Covid, che ha "nutrito" per un paio d'anni ristorazione e annessi, pur essendo meno elevato, sta mantenendo le

posizioni. Posizioni che, però, vengono sempre più intaccate dalla materia prima che continua ad avere lievitazioni. A pesare particolarmente sul settore è il caro affitti e rinnovi che è particolarmente pronunciato a Milano, ma anche negli altri capoluoghi di provincia. La

desertificazione progressiva in corso dei residenti permanenti del primo e secondo centro, sta colpendo significativamente gli esercizi commerciali e rischia di deflagrare nell'accelerazione delle chiusure. Le amministrazioni comunali, Milano in primis, sembrano non accorgersi che la scomparsa dilagante del piccolo commercio costituisce una perdita rilevante per la vita dei quartieri.

Abattere la burocrazia e definire accomodanti forme tributarie aiuterebbe a ridurre il continuo calo.

Bruno Villois

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



"Distribuzione moda tra crisi, cambiamento e opportunità": il convegno in Confcommercio Milano con la collaborazione di Federazione Moda Italia e FederModa Milano



ASSOMODA

FEDERAZIONE ITALIANA DEGLI AGENTI E DEI DISTRIBUTORI DELLA MODA E DELLO SPORT

Con Assomoda “Fashion forward”

Convegno di Assomoda (la Federazione degli agenti distributori della moda e dello sport) svoltosi in Confcommercio Milano: "Fashion Forward, la distribuzione moda tra crisi, cambiamento e opportunità – Osservare il mercato di oggi per anticipare i bisogni di domani", realizzato in collaborazione con Federazione Moda Italia e FederModa Milano.

Ad aprire e concludere i lavori di "Fashion Forward" è stato il presidente di Assomoda Maurizio Governa; l'evento ha visto inoltre i saluti istituzionali di Marco Barbieri (segretario generale di Confcommercio e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) e Carlo



Alcuni fra i dati emersi dalle ricerche Sita-Pambianco e Dimark

In calo il mercato del Fashion nel primo semestre 2025

Nella prima metà del 2025 il mercato del Fashion (abbigliamento, intimo e calze, accessori e calzature) – secondo quanto emerge dalla ricerca Sita-Pambianco presentata a "Fashion Forward" - vale circa 12 miliardi di €, in calo dell'8,1% rispetto al 2019 e dell'1,4% rispetto al 2024. A presentare le maggiori difficoltà i comparti uomo e infanzia; stabile, invece, quello femminile.

Intenzioni di acquisto per l'autunno/inverno
Solo l'11% dei consumatori dichiara di non avere in programma acquisti per la stagione autunno/inverno; il 66% è intenzionato ad acquistare. In linea con il passato, i principali driver di acquisto sono l'attenzione alle promozioni alle offerte, ma anche la qualità e il Made in Italy.

Il mercato e le diverse generazioni

I "millennials" (28-44 anni) sono la generazione con più potenziale per il Fashion: sia come risorse destinate, sia come volumi acquistati (in media 36 capi all'anno, con una spesa in Fashion a testa di 750 €).

Le prospettive

Dopo il primo semestre in calo, le previsioni di chiusura sul 2025 restano tiepide, con una stima di debole contrazione della spesa. L'orizzonte 2026-2027 indica, invece, un'inversione di tendenza, con una ripresa a valore dello 0,9% e dell'1,2%, sostenuta anche da una crescita dei prezzi attorno all'1%.

Retail multimarca indipendente dell'abbigliamento in Italia

Il mercato - come evidenziato dalla ricerca condotta da Dimark presentata nel corso di "Fashion Forward" - mostra una concentrazione maggiore di punti vendita e superfici nei centri urbani del Nord; al Sud permaneggiano margini di crescita legati a un peso minore del canale monomarca e alla vitalità delle aree turistiche stagionali

Tendenze e scenario 2025

Il 2025 mostra un andamento con dati di vendita e aperture di negozi in linea con i livelli del 2022-2023. Le chiusure prevalgono sulle nuove aperture, confermando le difficoltà del mercato.

Massoletti, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia (con delega nazionale alle politiche europee). Per Regione Lombardia è intervenuta Simona Martino, Direzione generale Turismo, Marketing territoriale e Moda.

Fra i partecipanti all'iniziativa di Assomoda i presidenti di Federazione Moda Italia Confcommercio Giulio Felloni, il presidente di FederModa Milano Andrea Colzani, il presidente della Camera nazionale della Moda Carlo Capasa, il presidente di Confindustria Moda Luca Sburlati.

Nel corso dell'appuntamento di Assomoda sono stati presentati i risultati di due ricerche: la prima, affidata a Sita-Pambianco (presente il ceo Sita Ricerca Fabio Savelli), con un'analisi approfondita dello scenario attuale del consumo di moda in Italia e particolare attenzione al comportamento del pubblico finale. La seconda, condotta

Alcune foto di Federico Giusti

da Dimark (presente l'ad Vladimiro Bubba), sul mercato del retail moda nel nostro Paese. A "Fashion Forward", inoltre, approfondimenti su "La filiera della moda: dalla produzione al retail, passando per l'intermediazione professionale", "AI e digitalizzazione nella moda" (con la presidente di Assintel ed EDI Confcommercio Paola Generali) e la tavola rotonda: "Dai dati alla proposta". "Quando si parla di filiera moda – osserva Maurizio Governa, presidente di Assomoda – si tende a marginalizzare la parte distributiva e di intermediazione. Questo convegno ha dato, invece, modo di confrontarsi con la filiera moda completa. E questo è il primo strumento utile ad arrivare a decisioni efficaci e condivise per superare il momento di difficoltà del mercato".



Dopo il successo dell'edizione milanese il 19 e 20 giugno al MiCo (vedi *Unioneinforma di giugno* a pag. 25 n.d.r.), Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, conferma il suo patrocinio al Business Leaders Summit, in programma il 26 e 27 novembre presso lo Spazio Field (a Roma).

Due giornate dense di contenuti, confronto e ispirazione per i C-Level del presente e del futuro: ceo, cfo (financial officer), hr director, cio (information officer), cro (revenue risk officer), cto (technology officer) e ciso (security officer) saranno chiamati a confrontarsi su come affrontare le grandi trasformazioni che stanno ridisegnando il mondo

Per maggiori informazioni:
segreteria@asseprim.it

ne del rischio, cultura dell'innovazione.

Dopo una conferenza plenaria strategica, l'evento romano di novembre si articolerà in tre summit verticali, ognuno dedicato a una diversa dimensione della leadership.

- HR Business Summit: come l'HR può abilitare percorsi di apprendimento continuo, inclusione e purpose-driven transformation.
- Re-Inventing Finance: la nuova finanza come leva di crescita sostenibile e come architettura strategica dell'innovazione.
- Strategic Risk, Cybersecurity & IT Summit: la sinergia tra gestione del rischio, sicurezza e tecnologia per costruire organizzazioni più resilienti e future-proof.



lizza-
zione,
soste-
nibilità,
gestio-

COSA TI ASPETTA AL BUSINESS LEADERS SUMMIT

1. CONFERENZA PLENARIA
2. TRE SUMMIT VERTICALI DEDICATI AI C-LEVEL
3. MASTERCLASS
4. EXECUTIVE MEETING PERSONALIZZABILI
5. CORPORATE WORKSHOP PER PRESENTARE PRODOTTI E SERVIZI DURANTE L'EVENTO - A CURA DEL PARTNER IN SALA CON ATTREZZATURA STANDARD
6. THE NETWORKING DINNER
7. NETWORKING & EXPO AREA
8. APP DEDICATA ALL'EVENTO

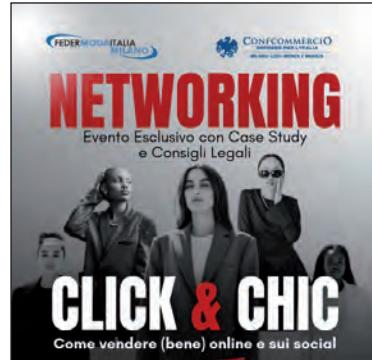
BLS Summit si compone di:

- CONFERENZA PLENARIA
- HR BUSINESS
- RE-INVENTING finance
- STRATEGIC RISK CYBERSECURITY & INFORMATION TECHNOLOGY SUMMIT

FIERA MILANO business international The Executive Network

del lavoro, della finanza e dell'innovazione.

Il Business Leaders Summit prende ispirazione da Castel Sant'Angelo, simbolo eterno di resilienza e metamorfosi. Proprio come l'imponente fortezza romana, la leadership moderna è chiamata a trasformarsi per affrontare con lucidità e visione le nuove sfide: digita-



Interesse e partecipazione per l'evento di networking "Brand Reputation & Recensioni Online: come tutelarsi nel mondo digitale" promosso da FederModa Milano e rivolto agli operatori del settore moda.

L'incontro - in Confcommercio Milano, nella Veranda Liberty di Palazzo Castiglioni - ha offerto (con il supporto della Direzione affari legali di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) un'utile occasione di confronto su un tema sempre strategico per le imprese del Fashion: la tutela della reputazione online.

In un'epoca in cui l'identità digitale rappresenta un asset chiave per ogni brand, FederModa Milano ha promosso un momento di riflessione approfondito su come gestire efficacemente le recensioni online, prevenire danni reputazionali e rafforzare la fiducia dei consumatori.

"Brand Reputation & recensioni online" e "Click & Chic: come vendere online e sui social" Gli eventi di networking di FederModa Milano



a rafforzare la propria presenza digitale in un contesto sempre più competitivo e in continua evoluzione.

Approfondimenti su: strategie di vendita online; posizionamento digitale; utilizzo efficace dei social media; aspetti legali legati al commercio elettronico. (GL)

Tra i focus dell'iniziativa: strumenti per monitorare e gestire la reputazione digitale; strategie per rispondere in modo efficace alle recensioni; aspetti normativi e legali; case study dal settore moda.

Partecipazione e interesse anche per il successivo evento promosso da FederModa Milano: "Click & Chic: come vendere (bene) online e sui social" ospitato sempre nella Veranda Liberty di Palazzo Castiglioni (Confcommercio Milano). L'incontro, riservato agli associati, è stato pensato (affrontando gli aspetti tecnici con l'Area innovazione digitale e quelli legali con la Direzione affari legali di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) per supportare le imprese del mondo della moda nell'affrontare con consapevolezza, e con strumenti aggiornati ed adeguati, le sfide della digitalizzazione e del social commerce. L'obiettivo era infatti fornire strumenti concreti e soluzioni operative per aiutare le aziende a vendere meglio online e

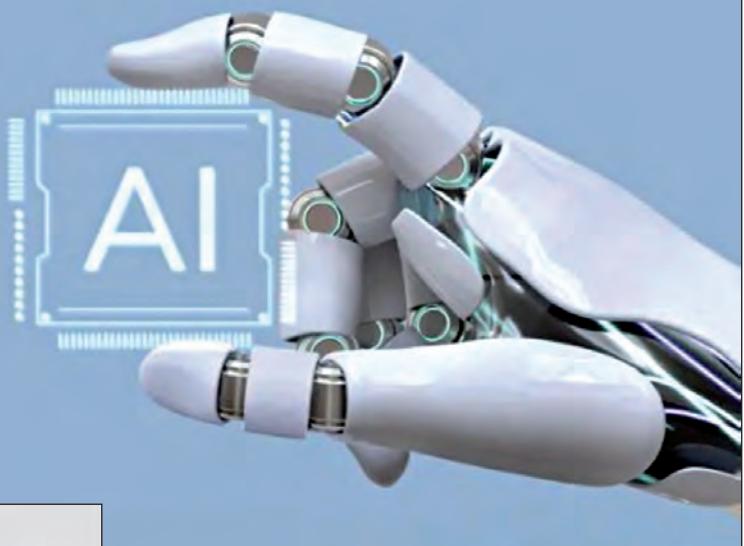


Impatto dell'Intelligenza artificiale nelle filiere della meccanica Lanciata l'indagine Ascomut “Dalla produttività alla competitività”

Ascomut, l'Associazione degli importatori e distributori di macchine utensili, utensilerie e attrezzature industriali aderente al sistema Confcommercio, ha promosso il progetto denominato "Dalla produttività alla competitività", focalizzato su un'indagine condotta tra le imprese associate con l'obiettivo di raccogliere ed organizzare dati e informazioni sull'uso dell'Intelligenza artificiale nelle imprese della meccanica: macchine utensili, utensileria e attrezzature, automazione, software industriale e fornitura di ricambi e consumabili. Il progetto punta a distinguere ciò che aumenta la produttività da ciò che apre nuove opportunità competitive, offrendo una base solida per decisioni e politiche di settore. La rilevazione si concluderà con due documenti: un rapporto operativo riservato agli associati ed un rapporto di divulgazione per il più ampio ecosistema.

L'indagine "Dalla produttività alla competitività" si propone di osservare dove l'Intelligenza artificiale porta valore lungo la catena: pianificazione e logistica più affidabili; preventivazione e prezzi più rapidi e coerenti; progettazione e programmazione delle lavorazioni con meno rilavorazioni; produzione e manutenzione con meno fermi; controllo qualità più efficace; documentazione e assistenza più accessibili. Si considerano, nell'indagine, anche i canali digitali di vendita, la sicurezza informatica e le "repliche digitali" di impianti e processi per testare e migliorare senza interrompere l'operatività.

Con l'indagine Ascomut vengono mappate le principali famiglie di soluzioni: strumenti che comprendono il linguaggio, analizzano immagini, riconoscono schemi e anomalie, anticipano domande e fabbisogni e supportano scelte operative. Viene inoltre valutato dove farle funzionare (presso gli impianti, su server aziendali o su infrastrutture esterne), con attenzione a dove risiedono i dati, a come dialogano i diversi ambienti e all'integrazione con i sistemi già presenti (gestionali, produzione e controllo, progettazione, cataloghi e relazioni con i clienti).



Andrea Bianchi, presidente Ascomut

La misurazione prende in considerazione indicatori chiari: efficienza delle macchine, tempi dall'ordine alla consegna, percentuale di pezzi "buoni al primo colpo", mancanze a magazzino, conversione commerciale, consumo energetico per pezzo e difettosità.

"Abbiamo promosso quest'indagine perché riteniamo che l'introduzione dell'AI richieda competenza e consapevolezza - afferma il presidente Ascomut Andrea Bianchi - Il nostro obiettivo prioritario è di offrire alle imprese associate uno strumento completo e dinamico per valutare le implicazioni e le potenzialità legate all'AI, così da orientare priorità e investimenti nel breve/medio periodo. Il documento

conclusivo sarà oggetto di un'attenta valutazione da parte della nostra Associazione per mettere a terra percorsi propedeutici e formativi".

Il rapporto finale dell'indagine Ascomut sarà disponibile all'inizio del nuovo anno.

Paideia Confcommercio - il raggruppamento associativo nazionale di asili nido, scuole per l'infanzia, scuole di ogni ordine e grado, scuole internazionali, istituti di ricerca e università di natura privata – ha annunciato l'avvio del percorso per la realizzazione del primo Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro con le organizzazioni dei lavoratori comparativamente più rappresentative sul piano nazionale, che raffiguri in modo unitario l'intero universo educativo italiano: dai servizi per la prima infanzia fino alle scuole superiori, includendo anche il comparto delle università private.

Un progetto innovativo e ambizioso – rileva Paideia - che nasce dall'esigenza di dare voce a oltre 150.000 professionisti del mondo educativo costruendo una cornice coerente, moderna e rappresentativa della realtà formativa del nostro Paese.

La scelta del nome "Paideia" non è casuale. In filosofia, la paideia (παιδεία) è un concetto della tradizione greca che rimanda all'educazione e alla formazione completa dell'individuo, non solo sotto il profilo scolastico, ma anche etico, culturale e spirituale.

Proprio questa visione olistica e inclusiva ispira l'azione dell'associazione, che intende farsi promotrice di un CCNL capace di riflettere l'educazione italiana del futuro, adeguata alle sfide che ci attendono e alla centralità della conoscenza nella crescita civile ed economica del Paese.



Paideia Confcommercio Verso il primo CCNL che racchiuda l'intero percorso educativo italiano

"Vogliamo dare al mondo dell'educazione uno strumento contrattuale che sappia finalmente unire e rappresentare l'intero arco della formazione – sottolinea Paideia Confcommercio – perché parlare di educazione significa parlare del futuro stesso della società italiana".

Da Fiavet ed Fto – assieme ad altre associazioni del comparto turistico – preoccupazione e forti critiche dopo la recente votazione del Parlamento europeo sulla revisione della Direttiva pacchetti turistici.

“È indispensabile – si rileva in una nota congiunta - un ulteriore sforzo del Governo italiano e del ministro del Turismo per fermare una miopia europea che, da un lato, proclama di voler difendere le microimprese e, dall'altro, approva provvedimenti che favoriscono abusivi e piattaforme online extra-europee, creando squilibri insostenibili nel mercato”. I legislatori di Bruxelles sottostimano le conseguenze reali delle nuove regole: imponendo paletti ed oneri insostenibili alle imprese del turismo organizzato “si spinge il consumatore – prosegue la nota - a rivolgersi a canali dove le tutele sono minori, se non inesistenti”. E invece di perseguire il principio economico basilare “stesso mercato, stesse regole”, si ampliano le asimmetrie tra operatori della filiera turistica: “non è costruendo un castello di tutele virtuali ed illudendo il consumatore che può darsi raggiunto l'obiettivo di dare regole fun-



zionali ed effettive a un mercato importante come quello dei pacchetti turistici”. Perché, ad esempio - si chiedono le associazioni - i vettori aerei non hanno un fondo di garanzia per l'insolvenza, nonostante i tanti fallimenti degli ultimi anni? E perché tale garanzia per le sole imprese del turismo organizzato deve avere costi a dir poco intollerabili? Perché solo tour operator e agenzie di viaggio devono farsi carico di circostanze eccezionali come guerre, pandemie o catastrofi naturali, rischi che, per la loro natura, non posso-

Turismo organizzato: le ingiustizie della Direttiva pacchetti turistici

no essere ribaltati esclusivamente sulle imprese e che, nella declinazione del nuovo testo della direttiva, possono riguardare non solo la destinazione del viaggio e le sue immediate vicinanze, ma perfino il luogo di partenza del viaggiatore? Il settore denuncia, inoltre, il proliferare di truffe digitali. Ogni giorno gli imprenditori del comparto devono competere con soggetti che si spacciano per influencer o travel designer, che vendono pacchetti di viaggio senza alcuna tutela per il consumatore e senza rispettare obblighi fiscali ed assicurativi.



ASSONIDI
ASSOCIAZIONE
ASILI NIDO
E SCUOLE
DELL'INFANZIA

Assonidi, l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati, ha lanciato il "Manifesto della Comunità del Nido": un documento che racconta come i servizi educativi rappresentino non solo luoghi di crescita, ma vere e proprie comunità di bambini, famiglie ed educatrici.

"Il nostro asilo nido non è solo un luogo educativo, ma una piccola comunità viva, fatta di bambini, famiglie ed educatrici che ogni giorno condividono esperienze, crescita e cura reciproca" si legge nel Manifesto.

I nidi sono un presidio fondamentale per le famiglie e per il territorio: luoghi dove i bambini crescono in un ambiente sereno e stimolante, dove le famiglie si incontrano e collaborano; e dove le educatrici, insieme ai gestori, svolgono un ruolo di custodia e accompagnamento.

In Lombardia Assonidi rappresenta oltre 450 servizi educativi, con più di 2.000 educatrici che ogni giorno accolgono e accudiscono circa 12.000 bambini. Un impegno quotidiano che testimonia la centralità dei nidi come spazi di crescita, inclusione e sostegno alle famiglie.

Con Assonidi il "Manifesto della Comunità del Nido"

Manifesto della Comunità del Nido

Il nostro asilo nido non è solo un luogo educativo: è una **piccola comunità viva**, fatta di bambini, famiglie ed educatrici che ogni giorno condividono esperienze, crescita e cura reciproca.

In questa comunità i **bambini sono i cittadini più preziosi**, perché portano con sé il futuro, la curiosità e la gioia di imparare.



Le famiglie sono i cittadini attivi, che con la loro partecipazione, il loro sostegno e la loro collaborazione rendono possibile la vita del nido.



Le educatrici e il gestore sono i custodi, che accompagnano e guidano con professionalità e passione.



Come in ogni comunità, anche nel nido la serenità e la qualità della vita comune si mantengono grazie alla **partecipazione di tutti i cittadini**:

- con la fiducia reciproca,
- con il rispetto delle regole condivise,
- con la partecipazione alle attività,
- con il sostegno necessario perché il nido possa crescere e migliorare sempre.

Ogni gesto, ogni attenzione, ogni contributo diventa un seme che fa fiorire la comunità del nostro nido, per il bene di tutti i bambini.

Il Nido è la nostra piccola città felice.

Insieme la facciamo vivere.

"Ogni gesto, ogni attenzione, ogni contributo diventa un seme che fa fiorire la comunità dei nostri nidi, per il benessere di tutti i bambini" ha sottolineato Assonidi. Con il "Manifesto della Comunità del Nido" Assonidi ha voluto ribadire l'importanza dei servizi educativi come modelli concreti di comunità.



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 Tacito 9 - Corsico (Milano)

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

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

*Inaugurato ufficialmente
dall'Amministrazione comunale in partenariato
con la Confcommercio territoriale di Melegnano*

Inaugurato ufficialmente il Distretto urbano del commercio (Duc) di San Giuliano Milanese. All'incontro con i media nel Comune di San Giuliano il sindaco Marco Segala; l'assessore ad Ambiente ed Ecologia, Sportello Unico Attività Produttive (SUAP), Commercio, Politiche del Lavoro Alfio Catania; il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo; la presidente della Confcommercio territoriale di Melegnano Caterina Ippolito; il consigliere di Regione

Lombardia, presidente della "Commissione speciale PNRR" - Monitoraggio utilizzo fondi europei ed efficacia bandi regionali Giulio Gallera.

Dopo il riconoscimento, lo scorso anno, da parte di Regione Lombardia, con il Distretto del commercio di San Giuliano Milanese si entra ora nel vivo: è stato definito il logo (realizzato grazie al contributo degli studenti delle scuole) e l'Amministrazione comunale di San Giuliano ha avviato il sondaggio presso le attività economiche del territorio per raccogliere informazioni, esigenze e proposte utili ad individuare le priorità d'azione e le iniziative future del Duc, realizzato in partenariato con la Confcommercio territoriale di Melegnano.

"E' con grande orgoglio che inauguriamo il Distretto del Commercio, uno strumento sicuramente strategico per valorizzare il commercio di vicinato, sostenere le imprese locali e promuovere tutto il territorio – ha dichiarato il sindaco Marco Segala - Il Distretto del Commercio rappresenta un passo concreto verso una città ancora più viva, attrattiva e sostenibile, capace di rispondere alle nuove esigenze dei cittadini e dei consumatori".

"Il Distretto Urbano del Commercio di San Giuliano Milanese – ha spiegato l'assessore Alfio Catania - è un progetto che nasce dal partenariato con Confcommercio Melegnano, con l'obiettivo di rilanciare e valorizzare il territorio, in particolar modo i negozi di vicinato, in un contesto dove i centri com-



Foto di Federico Giusti e Rosanna Galli

merciali rappresentano una forte concorrenza, sfruttando anche finanziamenti regionali per la rigenerazione urbana ed economica". Per Caterina Ippolito, presidente della Confcommercio territoriale di Melegnano "I distretti urbani del commercio sono una filiera di sviluppo locale ed urbano, funzionale a contrastare la desertificazione commerciale". "Insieme all'Amministrazione comunale – ha spiegato – contiamo, con il Distretto di San

Distretto urbano del commercio a San Giuliano Milanese



Giuliano Milanese, di cogliere le trasformazioni in atto e di fare sintesi progettuale, promuovendo il cambiamento e accompagnando i diversi soggetti locali a lavorare in un'ottica di sistema". Un'ottica pluriennale, finalizzata "alla valorizzazione del commercio, e a definire un piano di azioni annuale che possono riguardare sia interventi strutturali di marketing territoriale e/o urbano, sia interventi di promozione e valorizzazione del commercio. I negozi di quartiere stimolano l'economia locale e favoriscono un forte senso di comunità, offrendo un luogo d'incontro e un servizio personalizzato. Supportare i negozi di quartiere significa investire nel futuro della nostra comunità".

In occasione della sagra cittadina

Trezzo sull'Adda: i premiati del 46° Concorso vetrine

A Trezzo sull'Adda, in occasione della sagra cittadina, è stato organizzato dalla Confcommercio territoriale dell'Adda Milanese il Concorso vetrine giunto alla sua 46esima edizione. La manifestazione ha visto la partecipazione di 26 negozi appartenenti a diverse categorie merceologiche. Hanno aderito anche nuove attività appena avviate sul territorio, ottenendo un buon ritorno d'immagine.

Le vetrine sono state valutate da una Giuria tecnica composta da maestri vetrinisti, rappresentanti di Confcommercio e dell'Amministrazione comunale di Trezzo. Vi è poi stato il responso del voto popolare per le vetrine partecipanti al Concorso, con una partecipazione ampia da parte del pubblico: circa 1.500 le schede di preferenza raccolte. Nel box i risultati del Concorso.

Concorso vetrine di Trezzo sull'Adda

Il responso della Giuria tecnica

Arte del Regalo al primo posto
Secondo classificato Meroni Fiori
Terzo classificato Norma 2000

Il voto popolare

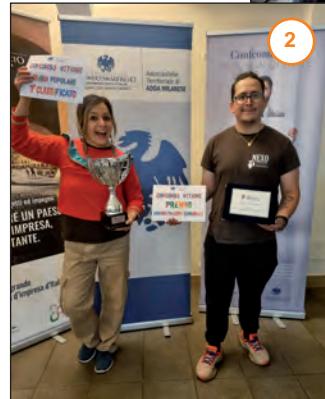
Nexo Chocolate al primo posto
Secondo classificato Il Girotondo
Terzo classificato Arte del Regalo

Premio Comune di Trezzo

Nexo Chocolate

Premio Pro-Loco

G-Bike Trezzo



G-Bike Trezzo: vitrina premiata dalla Pro-Loco al Concorso vetrine di Trezzo sull'Adda (foto 5)

Il Girotondo: vitrina seconda classificata nel voto popolare al Concorso vetrine di Trezzo sull'Adda (foto 6)

Meroni Fiori: vitrina seconda classificata dalla Giuria tecnica al Concorso vetrine di Trezzo sull'Adda (foto 7)

Norma 2000: vitrina terza classificata dalla Giuria tecnica al Concorso vetrine di Trezzo sull'Adda (foto 8)



A Milano alla parrocchia San Francesco d'Assisi al Fopponino

La messa per la ricorrenza di San Francesco



A Milano, alla parrocchia San Francesco d'Assisi al Fopponino (la chiesa "tempio" dei commercianti in via Paolo Giovio 41) tradizionale appuntamento per la ricorrenza di San Francesco - patrono degli operatori del terziario - con la concelebrazione eucaristica presieduta dai vescovi Erminio De Scalzi e Carlo Ghidelli e la partecipazione dei rappresentanti del sistema associativo di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Consegnati, durante la messa, i doni per l'offerta: dal pane alla frutta. Con Dario Bossi, vicepresidente vicario di 50&Più Milano e componente della Consulta del presidente Carlo Sangalli, erano fra gli altri presenti il presidente della Confcommercio territoriale di Monza Domenico Riga, il presidente dell'Associazione dei dettaglianti ortofrutticoli Gianfranco Gentile con il vicepresidente vicario Vincenzo Di Buduo, la vicepresidente Valeria Zaffaroni, i consiglieri Mauro Todisco, Teodosio Galantino, Pietro Tamiazzo e Mauro Troisi; il vicepresidente dell'Associazione panificatori Pasquale Di Liddo; i consiglieri dell'Associazione macellai Osvaldo Meneghelli e Andrea Mauri; il consigliere di Assopetrol Mario Vincenzi.

Rendiconto Sociale Inps 2024 della Lombardia La presentazione in Confcommercio Milano

In Confcommercio Milano è stato presentato il Rendiconto Sociale Inps 2024 della Lombardia. Il mercato del lavoro lombardo si conferma il più rile-



vante a livello nazionale, anche se perde terreno se comparato ad analoghe realtà produttive. Nel 2024 il saldo assunzioni/cessazioni in Lombardia risulta leggermente positivo: con 1.494.645 nuove assunzioni e 1.425.492 cessazioni. Rispetto al 2023 sono diminuite le assunzioni a tempo indeterminato, a tempo determinato, i contratti stagionali e in somministrazione, mentre sono aumentati i contratti intermittenti. I dati del Rendiconto Sociale Inps 2024 confermano la disparità di genere anche in Lombardia, in particolare per quanto attiene ai livelli occupazionali, alla maggiore incidenza dei contratti intermittenti e di assunzioni part time per le donne, ai livelli retributivi e dei trattamenti pensionistici (fonte: Lavoronews).

◀ **Presentazione Rendiconto Sociale Inps 2024 della Lombardia:
l'intervento di saluto del vicesegretario generale vicario
di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Enrico Meazzi**

Milano Fashion Week: assegnati durante l'evento organizzato all'Hotel Melià da Identity Milano

Durante la Milano Fashion Week sono stati assegnati i riconoscimenti della prima edizione del premio Assomoda (l'Associazione nazionale degli agenti e distributori moda e sport) destinato ai migliori giovani designer della moda. I premi sono stati consegnati dal presidente di Assomoda Maurizio Governa in occasione dell'evento con sfilate organizzate da Identity Milano di Laura Panigatti all'Hotel Melià. I vincitori del riconoscimento Assomoda sono Ghazal Khalilian, premio Eleganza; Maty Diagne, premio Creatività; Matteo Agho Polidori, premio Stile. Obiettivo dell'iniziativa, come ha spiegato il presidente Governa, aiutare i giovani ad inserirsi con professionalità ed imprenditorialità nella filiera della moda. (FG)

I riconoscimenti del primo premio Assomoda per i giovani designer della moda



Questa foto è di Federico Giusti



**Sempre più fedeli,
sempre più vantaggi!**

FEDELTÀ MI PIACE



Fedeltà

Per i soci fedeli di Confcommercio Milano è da molto tempo una consuetudine poter approfittare delle **esclusive condizioni stipulate con le banche**, e con gli anni il pacchetto #fedeltàmi piace ha arricchito man mano l'offerta con numerose convenzioni e vantaggi migliorativi.

Anche quest'anno la proposta di **#fedeltàmi piace** **moltiplica ancora di più le opportunità**, ampliando in modo interessante le possibilità di sconto e di vantaggi su **tanti servizi, forniture, consulenze e noleggi utili e a volte indispensabili per il vostro lavoro**.

Un grande vantaggio associativo per le **attività iscritte e in regola con la quota associativa da almeno 3 anni**: sommando più risparmi, non solo si può recuperare la quota annuale di iscrizione, ma anche migliorare tante altre voci di spesa.

Confcommercio Milano

confcommercioperte

metromappa.confcommerciomilano.it



CONFCOMMERCI
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

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

