

Unione *informa*



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

MILANO E GLI EVENTI

**Salone del Mobile e Fuori Salone:
261 milioni di euro d'indotto**



E LA CHIAMANO ESTATE...

*Rischio di una
bella stagione
piena di divieti
nelle aree
della movida
milanese*



**Forum internazionale Confcommercio
Sangalli: non c'è alternativa alla crescita**

LA SETTIMANA restart



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

INQUADRA E ASCOLTA



ASCOLTA SU





250 caratteri di confcommercio



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

Al Forum quest'anno il tema centrale è stata l'Europa e preoccupano i gap dell'Italia in termini di calo demografico, tassi di partecipazione al lavoro (in particolare femminile) e di produttività. Proprio l'attività imprenditoriale, però, è condizione necessaria per incrementare produttività e occupazione, fattore decisivo a difesa della qualità della vita in un'Europa che invecchia.

FORUM CONFCOMMERCIO, SANGALLI: PUNTARE SULLA CRESCITA. MONDO DEL LAVORO: OCCORRE UNA MAGGIORE PARTECIPAZIONE FEMMINILE - Tra il 2014 e il 2023 la popolazione in età lavorativa è scesa dell'1,4% e la produttività del lavoro è cresciuta solo del 7,2% tra il 1995 e il 2022. I dati sono emersi, con la ricerca dell'Ufficio Studi, al ventitreesimo Forum internazionale Confcommercio realizzato a Villa Miani (Roma) in collaborazione con The European House Ambrosetti. Occorre favorire la partecipazione femminile al mondo del lavoro: nell'Unione Europea è al 60,2% contro il 49,3% del nostro Paese. "L'economia italiana cresce lentamente. Nessun allarme, ma fondate preoccupazioni" ha



detto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. "Sulla crescita bisogna puntare – ha sottolineato Sangalli - non c'è un piano B": utilizzando "tutte le leve possibili, compatibilmente con i vincoli di finanza pubblica". In particolare va accelerata "la realizzazione delle riforme e degli investimenti legati al PNRR". Ed occorre andare avanti sulla riforma fiscale.

(Alle pagine 2 e 3)





Utilizzare tutte le leve pubbliche possibili per le risorse e andare avanti sulla riforma fiscale

ai Paesi europei in termini di calo demografico, di tassi di partecipazione al lavoro, in particolare quello femminile, e di produttività” come è emerso dalla ricerca dell’Ufficio Studi Confcommercio presentata al Forum. “Appare ottimistica – ha rilevato Sangalli - la valutazione contenuta nel Def per il 2025 di una crescita

Puntare sulla crescita, troppo lenta per il nostro Paese, e usare tutte le leve possibili, compatibilmente con i vincoli della finanza pubblica per favorire gli investimenti e confermare le riduzioni fiscali anche per il 2025. Così il presidente Carlo Sangalli al ventitreesimo Forum internazionale Confcommercio svoltosi a Villa Miani (Roma) e realizzato in collaborazione con The European House Ambrosetti, al quale sono fra gli altri intervenuti Antonio Tajani (vicepresidente del Consiglio e ministro degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale) e Adolfo Urso (ministro delle Imprese e del Made in Italy).

“L’economia italiana cresce lentamente. Nessun allarme, ma fondate

preoccupazioni” ha detto Sangalli. “I consumi, che valgono il 60% del Pil, continuano ad essere deboli” e “c’è la debolezza della produzione industriale, soprattutto per la flessione dei beni di consumo”. Ma le preoccupazioni più forti, nel medio termine, “sono i significativi gap rispetto



Forum Confcommercio Sangalli: puntare sulla crescita

dell’1,2% senza la conferma dei tagli al cuneo fiscale già in vigore per il 2024”. Per raggiungere quell’obiettivo, infatti, “è decisiva la conferma della riduzione delle aliquote e del taglio al cuneo contributivo” e per aiutare la crescita per l’anno in corso “una bella mano potrebbe giungere dalla Banca Centrale Europea nella riunione del prossimo 6 giugno: chiediamo un segnale di coraggio, con una riduzione dei tassi di mezzo punto percentuale, largamente coerente con le

valutazioni che la stessa Banca Centrale fa tra l'altro in termini di riduzione dell'inflazione".

In ogni caso, per il presidente di Confcommercio, "sulla crescita bisogna puntare, non c'è un piano B", utilizzando "tutte le leve possibili, compatibilmente con i vincoli di finanza pubblica". In particolare, ha sottolineato il presidente di Confcommercio, va accelerata "la realizzazione delle riforme e degli investimenti legati al PNRR". E "occorre andare avanti anche sulla riforma fiscale e giungere alla sua completa realizzazione: riduzione del carico e semplificazione dell'adempimento

ne sono cardini irrinunciabili. Bene, dunque, la riduzione delle aliquote Irpef in termini di minore carico tributario e maggiore reddito disponibile", misura che va "resa strutturale". Confcommercio auspica poi "la conferma della riduzione del cuneo contributivo anche per il 2025, come peraltro annunciato dal Governo" e condivide l'idea di "estendere la riduzione del carico fiscale al ceto medio. Sarebbe una boccata di ossigeno in grado di sostenere i consumi e, quindi, di incidere positivamente su occupazione e crescita".

Infine l'Europa, perché "un'Unione Europea competitiva sulla scena globale costituisce un fattore essenziale per la stabilità politico-economica, per la qualità della vita dei cittadini e per la crescita sostenibile delle sue imprese". Per Sangalli va costruito un "ecosistema favorevole per la creazione e lo sviluppo delle imprese nel mercato unico", mentre per il progetto economico europeo sono "cruciali le sfide della doppia transizione verde e digitale e dei connessi investimenti adottando un approccio pragmatico, fondato su valutazioni di impatto, criteri di gradualità e di sostenibilità economica e sociale, principio di neutralità tecnologica e strumenti finanziari di incentivazione e di accompagnamento per territori, imprese e cittadini".



La ricerca dell'Ufficio Studi Confcommercio

In Italia c'è un importante problema demografico (tra il 2014 e il 2023 la popolazione in età lavorativa è scesa dell'1,4%) e di produttività del lavoro (solo +7,2% tra il 1995 e il 2022) che ne penalizza la performance economica. Come se ne esce? Migliorando i tassi di partecipazione e di occupazione. Più nello specifico, bisogna favorire la partecipazione femminile al mondo del lavoro (nell'Unione Europea è al 60,2% contro il 49,3% del nostro Paese). È questo, in estrema sintesi, il quadro emerso da "L'Italia in Europa, perché non siamo competitivi", la ricerca dell'Ufficio Studi Confcommercio presentata al Forum.

Negli ultimi dieci anni la popolazione italiana tra i 15 e i 74 anni è scesa di oltre un punto percentuale a fronte del 4,4% della Francia e al +2,1% della Germania. Ciò ha un evidente impatto sull'occupazione e quindi sul benessere economico, visto che "ogni anno che passa il bacino della forza lavoro potenziale si riduce di 100mila unità: non è un mistero - ha sottolineato il direttore dell'Ufficio Studi Confcommercio Mariano Bella - che non si trovino lavoratori". Come uscirne? "eguagliando il tasso di partecipazione

Lavoro, allarme demografico Favorire la partecipazione femminile

nazionale è di 11 punti, che salgono a 23 se si guarda unicamente al Mezzogiorno. Una possibilità di crescita, complementare a quella dell'espansione della forza lavoro, è l'aumento della produttività, che tra il 1995 e il 2022 è aumentata in Italia cinque volte meno che in Germania e sette volte meno che in Francia. Aggiornate le previsioni macroeconomiche: il Pil crescerà dello 0,9% nel 2024 e dell'1,2% nel 2025, con i consumi rispettivamente a +0,9% e a +1,1%, mentre l'inflazione si collocherà all'1,3% quest'anno e all'1,7% nel 2025.

	popolazione:		popolazione in età lavorativa 15-74 anni (milioni; scenario: lower migration)			
	var. % 23 su 14		2023	2030	var. %	var. ass.
		15-74 anni				
Italia	-1,2	-1,4	44,4	43,8	-1,4	-0,63
Francia	3,9	4,4	49,6	49,4	-0,4	-0,20
Germania	4,8	2,1	63,2	62,1	-1,8	-1,12
UE27	1,7	0,7	336,9	331,0	-1,8	-5,93

femminile al valore della Ue-27 avremmo 2,2 milioni di occupate in più". Per farlo, occorrerebbe recuperare un divario percentuale con l'Europa che su base

L'analisi dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza

Salone, gli affari non finiscono mai L'indotto per Milano a 260 milioni

Confcommercio misura la ricaduta della kermesse. «La cifra cresce del 13%, merito degli stranieri»



Siamo una delle filiere più importanti per il Pil nazionale. Questo settore vale 28 miliardi di euro

MILANO

Salone del Mobile e Fuorisalone? Un «affare» che si traduce per Milano con un indotto pari a 260 milioni 800 mila euro. Lo dicono le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio. Una cifra in crescita del 13,7% rispetto allo scorso anno dovuta per il 73% ai visitatori stranieri, che da soli spenderanno circa 191 milioni di euro. «Sono previsioni molto positive - commenta Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - che confermano la crescente attrattività di Milano come capitale del design. Grazie a un Salone del Mobile in Fiera che si preannuncia di grande livello e allo speciale clima che si crea con gli eventi diffusi del Fuorisalone: un richiamo forte per visitatori professionali e turisti».

Al Salone - in programma dal 15 al 21 aprile - la previsione è un arrivo di circa 317mila visitatori il 3,24% più dello scorso anno (di cui il 64% stranieri). Secondo Confcommercio, crescono ricettività (115, 6 milioni di euro +14,2%); ristorazione (81,8 milioni di euro + 13,7%) e anche lo shopping (63,4 milioni di euro + 12,7%), con una spesa pro capite stimata di 274 euro al giorno, il 10,1% in più del 2023. Fra le sistemazioni per dormire, sono cresciute del 6,7% le prenotazioni di appartamenti in affitto breve (quest'anno al 64,5%) mentre sono diminuite del 9) quelle in albergo (il 71%). A confermare l'interesse degli stranieri per il Salone e per il Fuorisalone (in programma quest'anno dal 15 al 25 aprile) ci sono anche i dati sul traffico di passeggeri previsti dagli aeroporti milanesi di Linate e Malpensa. Oltre 1 milione 221 mila viaggiatori stimati da Sea, la società che gestisce i due scali, dal 13 al 23 aprile, con un aumento del 13% rispetto ai giorni del Salone dello scorso anno, al

di sopra anche dei dati pre Covid. Intanto, Claudio Feltrin, presidente di Federlegno Arredo, a proposito della prima Giornata del Made in Italy, fissata lunedì, ha dichiarato: «Eccellenza della creatività italiana, ingegno, Italia che crea: sono le parole chiave scelte e di cui come filiera legno-arredo e design, da sempre siamo ambasciatori nel mondo. Salutiamo pertanto con entusiasmo e partecipazione questa iniziativa fortemente voluta dal ministro Urso che precede l'apertura della 62esima edizione del Salone del Mobile». «Ci fregiamo di rappresentare - continua Feltrin - una delle filiere strategiche per il Pil nazionale: lo stile, la ricerca, l'innovazione e l'artigianalità industriale ci permettono infatti di essere un settore, il cui macrosistema arredamento vale circa 28 miliardi di euro ed esporta ben il 53% dei suoi prodotti di arredamento, 15 dei quali destinati oltre confine e un saldo commerciale pari a 9,8 miliardi di euro. Sopra i 141mila gli addetti attivi nel settore arredamento per un totale di poco più di 21mila aziende».

P.Ver.

L'«indotto»

Fiera e quartieri
Attesi nuovi
record di affari
e affitti brevi

Turisti e aeroporti

Traffico di 1,2 milioni di visitatori tra Linate e Malpensa: crescita del 13 per cento

Al via lunedì la Design week, la settimana più importante per la città di Milano, che nel 2023 ha registrato un indotto di 220 milioni di euro. Quest'anno le stime tendono al rialzo: «La previsione è di 261 milioni di euro — spiega Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano — e conferma la crescente attrattività di Milano come capitale del design. Grazie a un Salone del Mobile in Fiera che si preannuncia di grande livello e allo speciale clima che si crea con gli eventi diffusi del Fuorisalone: un richiamo forte per visitatori professionali e turisti». Un incremento di indotto di

oltre all'Europa — spiega Marco Sabetta, direttore generale del Salone del Mobile — e adesso ne raccogliamo i frutti: parteciperanno tantissimi americani ma anche cinesi». Come confermano anche le previsioni del gestore degli scali milanesi Sea per quanto riguarda il traffico aereo: dal 13 al 23 aprile sono oltre 1 milione e 221 mila i passeggeri stimati in partenza e in arrivo da Linate e Malpensa, +13% rispetto al 2023. Crescono a cascata tutti gli indicatori di spesa: la ricettività (+14,2%), la ristorazione (+13,7%), lo shopping (+12,7%). Per quanto riguarda le strutture ricettive, le prenotazioni per appartamenti in affitto breve segnano un +6,7%; segno meno, al contrario, per quelle alberghiere con un calo del 9%. Spiega Maurizio Naro, presidente di Federalberghi Milano: «Rispetto al 2023 il trend di prenotazioni è più lento: ci sono ancora camere disponibili. Anche se il bilancio per il settore alberghiero è comunque positivo perché il prezzo è aumentato del 12%: in questa settimana la stanza di un quattro stelle costa circa 330 euro, più del doppio rispetto alla media annuale (150 euro)».

Laura Vincenti

Milano e il Salone del Mobile 261 milioni di euro d'indotto Il 73% grazie ai visitatori stranieri

Un indotto vicino ai 261 milioni di euro (260,8) a Milano per il Salone del Mobile 2024 (e gli oltre 1.000 eventi che hanno caratterizzato i giorni del Fuorisalone): il 73% per i visitatori stranieri (circa 191 milioni di euro). Lo ha stimato l'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. L'incremento nei confronti dello scorso anno (dati a regime) è stato del 13,7%. La previsione è stata compiuta sulla base di 317.378 visitatori al Salone: +3,24% rispetto al 2023 (per il 64% visitatori stranieri: 203.616, dato in linea con il 2023).

«Sono indicazioni molto positive — ha commentato Marco Barbieri, segretario generale di

design in tutto il mondo, dalla Cina all'India, dall'Africa agli Stati Uniti,

Le previsioni

Pronostici e attese per l'edizione dei record al sistema Milano un indotto di 261 milioni

Sale l'attesa per capire se sarà davvero l'edizione dei record per la settimana del design. Alla Fiera di Rho-Però, dove il Salone del mobile si apre ufficialmente martedì, si spera: «Se guardiamo ai dati della biglietteria, siamo vicini a un numero record di visitatori», dice la presidente Maria Porro. E le previsioni degli studi di Confcommercio dicono che il vantaggio per il sistema-Milano dall'arrivo di oltre trecentomila persone visitatori della rassegna fieristica e soprattutto la folla del Fuorisalone diffuso da domani nei distretti cittadini, è in crescita del 13,7% rispetto all'anno scorso: sfiora i 261 milioni l'indotto preventivato dalla settimana d'oro del turismo, dovuta per il 73% ai visitatori stranieri che da soli spenderanno circa 191 milioni di euro. «Sono previsioni molto positive - commenta Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano - che confermano la crescente attrattività di Milano come capitale del design».

Più 13,7% sul 2023.
La spesa pro-capite giornaliera
cresciuta del 10%
rispetto allo scorso anno

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza — che confermano la crescente attrattività di Milano come capitale del design.

Un richiamo forte per visitatori professionali e turisti».

DA MARTEDÌ IN FIERA A RHO

Tra Salone e Fuorisalone oltre 261 milioni di euro per ristoranti e negozi

**Le stime di Confcommercio sull'indotto in città
La spesa pro capite cresce del 10% rispetto al 2023**

INVASIONE DI TURISTI
La protesta dei tassisti: «Il Comune non permette di rafforzare il servizio»

Serena Coppetti

Conto alla rovescia per l'invasione del design a Milano. Ma a contare i giorni non sono solo gli addetti del settore. Ormai l'apertura di Salone (in Fiera a Rho a partire da martedì) e FuoriSalone (in quasi tutti i quartieri) porta una boccata di ossigeno, monetizzabili...

13,7%. La previsione è sulla base di 317.378 visitatori al Salone: anche qui un bel +3,24 per cento rispetto al 2023, con il 64% di stranieri (203.616, dato in linea con il 2023). Secondo le stime sono tutti in crescita pure gli indicatori di spesa: per la ricettività (115,6 milioni di euro +14,2%), la ristorazione (81,8 milioni di euro +13,7%), lo shopping (63,4 milioni di euro +12,7%). D'altronde la spesa pro capite giornaliera per la Milano del Salone è stimata in quasi 274 euro: e anche qui si...

CRESCIUTI GLI INDICATORI DI SPESA

- Nel confronto con lo scorso anno, nei giorni del Salone del Mobile e Fuorisalone, in crescita le varie stime degli indicatori di spesa come la ricettività (115,6 milioni di euro +14,2%); la ristorazione (81,8 milioni di euro +13,7%); lo shopping (63,4 milioni di euro +12,7%). La spesa pro capite giornaliera per la Milano del Salone del Mobile è stata stimata in quasi 274 euro: +10,1% sul 2023. La ricettività ha pesato per il 45%, la ristorazione per il 31%, lo shopping per il 24%.



< MANIFESTAZIONE FIERISTICA

Una settimana che vale 261 milioni di euro

E' l'indotto generato da Salone e Fuorisalone a Milano, dove sono attesi oltre 300 mila visitatori, in crescita rispetto allo scorso anno

rotte frequentate, quest'anno i Paesi europei hanno pesato per più del 54% (con una crescita del 18% rispetto al 2023) e le altre destinazioni italiane per oltre il 24%. Le restanti rotte hanno coinvolto le destinazioni extraeuropee con un forte incremento sul 2023 in particolare per l'Asia (+53%): una crescita legata anche al ritorno dei visitatori dalla Cina per la Design Week con gli incrementi dei voli dei vettori cinesi (segmento importante). Crescita rilevante anche per il Medio Oriente (oltre il 47%) ed incremento di oltre il 4% dagli Usa, il più grande mercato intercontinentale.

Le stime di Confcommercio

Salone, per Milano indotto di 261 milioni

Business in crescita del 13,7%. Solo i visitatori stranieri spenderanno 191 milioni di euro

È un dato economico in continua crescita e che quest'anno potrebbe arrivare a un livello record. Sfiora infatti i 261 milioni di indotto che portano alla città di Milano il Salone del Mobile e il Fuorisalone, esattamente 260 milioni 800 mila euro secondo la stima dell'Ufficio Studi di Confcommercio. Una cifra che sale del 13,7% rispetto a dodici mesi fa, aumento dovuto per il 73% ai visitatori stranieri, capaci di spendere da soli circa 191 milioni di euro.

Di sicuro rappresenta per numerose categorie ed esercizi commerciali una notevole fonte di entrate, la più rilevante dell'intero anno. «Sono previsioni assai positive» dichiara Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - in grado di confermare l'attrattiva di Milano come capitale del design. Grazie a un Salone del Mobile in Fiera che si preannuncia di alto livello e allo speciale clima che si crea con gli eventi diffusi del Fuorisalone: un forte richiamo per visitatori professionali e turisti. Al Salone (in programma da lunedì 15 a domenica 21 aprile) la previsione è un arrivo di circa 317 mila visitatori, il 3,24% più del 2023 (di cui il 64% stranieri).

Secondo Confcommercio, crescono ricettività (115,6 milioni di euro, +14,2%); ristorazione (81,8 milioni di euro, +13,7%) e anche lo shopping (63,4 milioni di euro, +12,7%)...

st'anno al 64,5%) mentre sono diminuite del 9% quelle in albergo (il 71%). Anche se questo dato appare in evoluzione. A confermare l'interesse dei Paesi esteri per il Salone e per il Fuorisalone arriva pure l'analisi sul traffico di passeggeri previsti dagli aeroporti milanesi di Linate e Malpensa. Oltre 1 milione 221 mila viaggiatori stimati da Sea, la società che gestisce i due scali, dal 13 al 23 aprile, con un aumento del 13% rispetto ai giorni del Salone dello scorso anno, al di sopra dei dati precedenti all'emergenza sanitaria. Riguardo alle rotte frequentate, stavolta le nazioni europee pesano per più del 54% (con un incremento del 18% rispetto al 2023) e le altre destinazioni italiane per oltre il 24%.

Le restanti rotte coinvolgono le destinazioni extraeuropee con un forte aumento in particolare per l'Asia (+53%); un boom legato anche al ritorno dei visitatori dalla Cina per la Design Week con una maggiore frequenza di voli da parte dei vettori cinesi (segmento importante). Crescita rilevante anche per il Medio Oriente (oltre il 47%) ed incremento di oltre il 4% dagli Stati Uniti, che rimangono il più grande mercato intercontinentale.

Massimo De Angelis

© CONFCOMMERCIO ASSOCIATI

CON IL SALONE DEL MOBILE (E IL FUORISALONE) CRESCIUTO IL TRAFFICO AEREO: LE STIME SEA - II

Salone del Mobile ha movimentato gli arrivi e le partenze: è emerso dalle previsioni Sea (Società esercizi aeroportuali) alla vigilia della recente manifestazione. Dal 13 al 23 aprile stimati oltre 1 milione e 221 mila i passeggeri in partenza o in arrivo dagli aeroporti di Linate e Malpensa. Nel confronto con i corrispondenti periodi allargati del Salone del Mobile e Fuorisalone (15-25 aprile lo scorso anno e 6-16 aprile nel 2019), l'incremento è stato di oltre il 13% sia rispetto al 2023 sia nel raffronto con il 2019 anno pre-Covid. Riguardo alle



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

Scopri le soluzioni di **welfare aziendale** e ottieni importanti **vantaggi previdenziali e fiscali** per la tua **attività**.

Lo **Sportello Welfare Gratuito** di Confcommercio Milano offre **supporto personalizzato** sulle normative e sulle opportunità per ogni tipologia di attività, presentando le diverse possibilità di **benefit** da mettere a disposizione dei **dipendenti**.



Scarica il White Paper

e scopri come il **welfare aziendale** può portare **benefici** sia alla tua azienda che ai tuoi dipendenti



Prenota una consulenza

individuale per **creare un piano personalizzato** per la tua azienda e scopri come ottenere importanti **vantaggi previdenziali e fiscali**



Il trend

Indotto di 261 milioni Stimata crescita del 13%

«Le sensazioni sono positive. Il nostro ufficio studi ha stimato un indotto di 261 milioni di euro per il Salone del mobile, un +13% rispetto a quello dell'anno scorso». Così Marco Barbieri, segretario generale di Concommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza a proposito del Salone. «Inevitabilmente - ha aggiunto - dobbiamo evidenziare che molti turisti arrivano per il Salone del Mobile, ma vivere la città diventa sempre più oneroso e riguarda anche le imprese. Fare impresa è bello, interessante e importante ma non si fa se non ci sono i numeri. Questi numeri e parametri bisogna mantenerli perché mantengono

l'attrattiva di Milano». «Il comparto Legno Arredo rappresenta per noi un vanto - spiega il presidente di Confartigianato Lombardia, Eugenio Massetti - abbiamo una specializzazione radicata e in continua evoluzione rispetto ai gusti e alle esigenze del mercato, sia nella lavorazione del legno che nella produzione di mobili. E le MPI (che, magari, non hanno nomi glamour) sono, tuttavia, una fetta importante del settore, anche perché in esse si conserva il saper fare diffuso della filiera. In questo senso, il Salone del Mobile è una bella occasione per le nostre imprese».



**Le stime
Concommercio**

Un indotto da 260 milioni per la città

Con 1125 eventi nella guida ufficiale - un terzo in più rispetto al 2023 - l'edizione 2024 del Fuorisalone si è confermata l'appuntamento più importante dell'anno per il calendario internazionale del design. L'affluenza di visitatori da tutto il mondo ha consolidato il ruolo di Milano in quanto centro nevralgico di incontro, aggiornamento e business per tutti gli operatori del settore, oltre che per appassionati e studenti dicono gli organizzatori. Confortati anche dai numeri dell'indotto, che secondo le stime di Concommercio, si attestano intorno ai da 260 milioni e 800mila euro, con un aumento del 13,7 per cento rispetto allo scorso anno grazie al 73 per cento dai visitatori stranieri, che da soli spenderanno circa 191 milioni di euro. Nello specifico è stata stimata una spesa pro capite di 274 euro al giorno, il 10,1 per cento in più del 2023, suddivisa tra shopping, ristorazione e pernottamenti. Relativamente a quest'ultimo segmento sono cresciute del 6,7 per cento le prenotazioni di appartamenti in affitto breve quest'anno al 64,5 per cento, mentre sono diminuite del 9 per cento quelle in albergo, complice anche lo straordinario aumento dei prezzi. L'indotto del Fuorisalone.it ha superato del 20 per cento quello della passata edizione.



I numeri del Salone del Mobile 2024

361.417 presenze complessive
Operatori (crescita del 26,8%): 65,8% dall'estero

Dai Navigli all'Isola, la prossima settimana in città si prevede mezzo milione di turisti, chiuse alle auto un tratto di via Solferino e tutta via Tortona. Concommercio: oltre un milione tra partenze e arrivi a Linate e Malpensa

ANDREA D'AGOSTINO

Con l'avvicinarsi della Design Week, e con l'arrivo in città di almeno mezzo milione di visitatori per 1.520 eventi (vedi servizi a pag. 9), arrivano le prime misure per contrastare la mala movida e il degrado nelle aree più visitate. Dai Navigli alla Brera, dall'Isola a Porta Venezia, da via Tortona a Chinatown, la città è già invasa da folle di visitatori. Tanto che Concommercio stima un indotto da 261 milioni di euro di

spetto all'anno scorso, con un boom di prenotazioni per gli appartamenti rispetto agli hotel, mentre Sea prevede oltre un milione e 200mila tra arrivi e partenze negli aeroporti di Linate e Malpensa nel periodo dal 13 al 23 aprile. Per questo il Comune ha emesso un'ordinanza - in vigore dalle ore 14 di lunedì fino alle ore 5 del 22 aprile - che prevede, in particolare, il divieto dalle 19:30 fino alle 5 del giorno successivo di vendita o distribuzione (anche gratuita) di bevande in bottiglie di vetro e in contenitori di lattice per asporto. Sarà consentita invece agli esercizi commerciali la vendita di bevande alla spina, purché in contenitori di plastica o carta, così come la consumazione in contenitori di vetro dentro ai locali o nei dehors con il servizio al tavolo. Nelle aree indicate, inoltre, è vietato anche il commercio itinerante su area pubblica, compreso lo "street food". Per decongestionare il traffico, al-

nearmente pedonalizzate: via Tortona e via Savona e via Solferino nel tratto tra largo Treves e via Pontaccio. «Non usate la macchina», ha dichiarato nei giorni scorsi il sindaco Giuseppe Sala, che per primo ha anticipato questa sperimentazione, che in alcuni casi è diventata permanente come è accaduto per via Darini, a due passi da piazza San Babila, dopo che lo scorso anno il Municipio 1 ha deciso di renderlo permanente. Quest'anno si replicherà quindi a Brera con il tratto di via Solferino e tutta via Tortona. «Non so se saranno pedonalizzate in futuro, non in modo immediato, ma sperimentiamo la possibilità di cambiare modo di vivere», ha detto il sindaco. Dichiarazioni che hanno provocato le reazioni del centrodestra, con il segretario provinciale della Lega Samuele Piscina, che ha criticato il sindaco per questa proposta di non usare l'auto «senza garantire alternative credibili», in primis il prolungamento dei mez-

zane. Cosa che purtroppo neanche quest'anno accadrà. Am sul suo sito fa sapere che saranno potenziati i mezzi ma solo a partire da martedì sulla M1 e, solo nelle ore serali, sulla M2. E sabato prossimo 20 aprile, le tratte urbane delle metropolitane chiuderanno più tardi, intorno alle 2. L'amministrazione comunale ha avviato infine il percorso che consentirà l'adozione di un'ordinanza sindacale per tutelare la tranquillità e il riposo dei residenti in alcune aree interessate dalla movida, limitando gli orari con uno stop a mezzanotte e i dehors; stop all'1.30 nelle notti sui giorni festivi sabato e domenica, mentre nei feriali stop alle 00.30. E infine il divieto dalle ore 20 di aggiungere in questi luoghi già densi anche gli ambulanti. Il documento, pubblicato in Albo pretorio, consentirà alle associazioni di pubblici esercizi di inviare eventuali osservazioni fino al prossimo 3 maggio.



Il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano



Design Week: a Palazzo Bovara “Material Home” la mostra di Elle Decor



Per l'avvio della Design Week a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano, con la partecipazione del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso

*Inaugurazione con il ministro Adolfo Urso
in occasione della Giornata del Made in Italy*

momento di presentazione di “Design e Genio Italiano”, l’iniziativa organizzata dalla Confcommercio milanese in collaborazione con Elle Decor per celebrare la Giornata del Made In Italy. La Giornata (ispirata al giorno di nascita di Leonardo da Vinci, 15 aprile 1452) è stata istituita con il disegno di legge sul Made in Italy (20 dicembre 2023) con l’obiettivo di promuovere la creatività e l’eccellenza italiana. Il ministro Urso ha

inaugurato la mostra "Material Home" organizzata da Elle Decor a Palazzo Bovara in occasione del Fuori Salone 2024 (presentata in una conferenza stampa nella stessa giornata sempre nel cortile di Palazzo Bovara). Alla presentazione di "Design e Genio Italiano", con il segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza Brianza Marco Barbieri, sono intervenuti l'assessora alle Attività Produttive del Comune di Milano Alessia Cappello; l'assessore allo Sviluppo





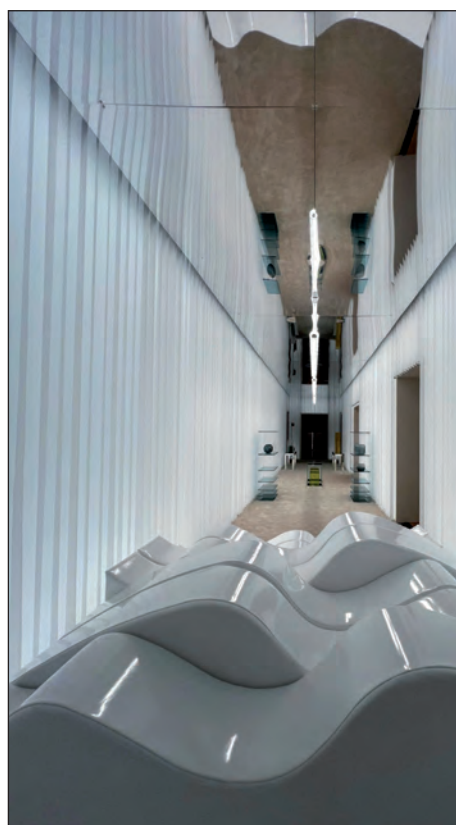
GIORNATA NAZIONALE
MADE in ITALY



HEARST
italia

ELLE DECOR
ITALIA

DESIGN E GENIO ITALIANO



Economico di Regione Lombardia Guido Guidesi e il ceo di Hearst Italia Giacomo Moletto. Intervento anche dei parlamentari Luca Squeri e Carlo Fianza.



Foto di Federico Giusti

Via Mac Mahon, corso di Porta Romana via Piero della Francesca Le iniziative delle associazioni di via in occasione del Fuori Salone

A Milano iniziative delle associazioni di via per la DesignWeek: "Materia Natura" e le carte delle piante millenarie con "Vivi la Mac Mahon e Dintorni", la mostra di serigrafie "DANESE - La Serie della Natura in Porta Romana" con l'Associazione Commercianti Porta Romana Bella e le creazioni artigianali Made in Italy in edizione limitata "Extroverso Unusual Design" con Ascopier in via Piero della Francesca (con anche un'apertura serale straordinaria dei negozi). Vediamo in queste pagine.

Vivi la Mac Mahon e Dintorni

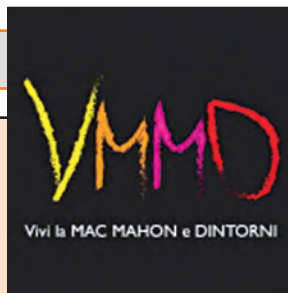
"Materia Natura", il progetto della designer Silvia Cappuccio: nei negozi le carte delle piante millenarie

"Materia Natura": per la Design week milanese l'Associazione Vivi la Mac Mahon e Dintorni ha proposto il progetto della designer Silvia Cappuccio che ha illustrato la bellezza delle piante millenarie e secolari in abbinamento alle icone di design. Progetto fulcro di più eventi che hanno caratterizzano le giornate del Fuori Salone in via Mac Mahon. Silvia Cappuccio ha creato una collezione di 20 carte illustrate per parlare della natura, della sua antichità e resistenza e di come le sue forme, i colori, e i materiali come il legno abbiano influenzato i designer nel corso della storia. Sul retro delle carte storiche opere del design come la lampada Arco di Castiglioni o la sedia Cesca di Breuer incastonate tra alberi e piante millenarie.

Tra piante primitive, fiori antichi e alberi millenari, i partecipanti (grandi e piccini) hanno potuto collezionare gratuitamente le immagini recandosi nei negozi aderenti all'iniziativa creando così in modo dinamico il proprio mazzo di Carte delle Piante Millenarie.

Le carte, seguendo i principi del riciclo e dell'economia circolare, sono state stampate su biglietti da visita in carta riciclata. Il progetto di Silvia Cappuccio si è proposto anche di incuriosire i più piccoli a partire dalla scuola primaria: invogliati, dalla bellezza delle illustrazioni, a voler completare il mazzo di carte e magari dividerne lo scambio con i coetanei.

I negozi con le carte delle piante millenarie: *757 Gioielli e Argenti; Arte, Cornici e Fantasia; BICI AI TOP; Boutique della bomboniera; Cartoleria Caccianiga; Contatto Casa; Erboristeria Sant'Amrogio; Extra fondente estetica; Hubbastanza; Il Fabbro; Mondomusica; Ottica Claro Milano; Ottica Colpo d'Occhio; Pam local; Pausa Caffè Mac Mahon; Progetto Immobili Milano Home; Radici - Gourmet Shop; Rosmary; YAR specialità russe.*



Mostra con le opere originali delle piante millenarie (e laboratori)

Sono stati realizzati anche una mostra con le opere originali delle piante millenarie (dipinte con una particolare tecnica ad olio giapponese) e due laboratori: uno dedicato alla ceramica tenuto dall'architetto Martina Del Cin e uno dedicato alla tecnica di pittura utilizzata da Silvia Cappuccio.



Degustazione di vini itinerante dell'Oltrepò Pavese

Con "Vivi la Mac Mahon e dintorni" è stata promossa, sabato 20 aprile, anche una degustazione gratuita di vini itinerante dell'Oltrepò Pavese

all'interno di alcuni negozi della via Mac Mahon (evento collegato alle carte delle piante millenarie poiché la vite è nota per essere una pianta ultracentenaria e i viticoltori sono custodi del territorio, delle piante e di tutta la biodiversità). Degustazione con tre cantine eccellenti dell'Oltrepò Pavese: Azienda Agricola B. Avellino, Azienda Agricola A. Buscaglia, Azienda agricola San Michele ai Pianoni. I negozi che hanno aderito alla degustazione di vini itinerante: *757 Argenti e Gioielli - Bd service lavanderia; Arte cornici e fantasia; Hubbastanza; Harmony shoes; Hope merceria; Ottica Claro; Progetto immobili; Radici - Gourmet shop; Rosmary piccola gastronomia; We Trend - Parrucchieri.*



Associazione Commercianti Porta Romana Bella

Nelle vetrine dei negozi del corso di Porta Romana la mostra di serigrafie "DANESE – La Serie della Natura in Porta Romana"

Per il Fuori Salone l'Associazione Commercianti Porta Romana Bella ha promosso la mostra di serigrafie "DANESE – La Serie della Natura in Porta Romana", allestita nelle vetrine dei negozi del corso di Porta Romana in collaborazione con DANESE, storica azienda di design presente nello store di piazza San Nazaro in Brolo 15.

Le serigrafie esposte nei negozi aderenti all'iniziativa raffiguravano "La Serie della Natura" progettata da Enzo Mari, maestro del design italiano con soggetti immagini del quotidiano, semplificati fino a diventare simboli.

I negozi che hanno ospitato le serigrafie della mostra "DANESE – La Serie della Natura in Porta Romana": Profumeria Grazioli Great Parfumery; Ottica Chierichetti; Sabrina Frigoli; Petit Bateau; Anacélé; Ottica Velasca; Vergani Milano; Pescheria I Pesciolini; Casalinghi Fornaro dal 1945; Campogrande; Veronica L.

"Siamo molto orgogliosi della mostra di quest'anno – ha affermato Sabrina Frigoli, presidente dell'Associazione Commercianti Porta Romana Bella – che ha proseguito il nostro impegno per il design in occasione del Fuori Salone (nel 2023 era stata



realizzata la mostra "Artemide – la storia della luce in Porta Romana" grazie alla collaborazione con Artemide) e, più in generale, accresciuto quel forte legame fra le realtà commerciali del corso di Porta Romana e gli abitanti del quartiere e i visitatori, sviluppato negli anni attraverso varie iniziative che promuovono la creatività e favoriscono la socializzazione".

vono la creatività e favoriscono la socializzazione".

Ascopier



Foto in queste pagine di Federico Giusti

Nei negozi di via Piero della Francesca "Extroverso Unusual Design"

In occasione del Fuori Salone Ascopier, l'Associazione dei commercianti di via Piero della Francesca, ha promosso l'iniziativa "ExtroVerso Unusual Design": nelle vetrine dei negozi della via sono stati ospitati prodotti di design di Extroverso, azienda con importante tradizione nel Made in Italy. I prodotti esposti - creazioni in edizione limitata - valorizza-

no l'eccellenza italiana fatta di tradizioni, forme artistiche e artigianato di alto livello.

L'apertura serale

Per valorizzare "Extroverso Unusual Design", i negozi di via Piero della Francesca sono rimasti aperti giovedì 18 aprile fino alle 22. La fondatrice di Extroverso, Manuela Dello Strologo, si è recata nei negozi aderenti all'iniziativa per raccontare la storia e le principali caratteristiche delle opere esposte in vetrina.





SCONTO 50%

Soluzione innovativa di digital marketing per fornitori di prodotti, servizi e attività per bambini 0-13 anni



Fai crescere la tua attività



Eventi



Promozioni



Feste



Sport



Corsi



Tempo libero



Shopping



Food & Drink



Asili & Scuole



Campus



Vacanze



Neonatale



Specialisti



Amici animali

I VANTAGGI DI KEIKIBU PER AZIENDE E PROFESSIONISTI

- Oltre 140.000 famiglie in target
- Operativi in 10 minuti senza alcuna integrazione o competenza tecnica richiesta
- Niente abbonamenti, commissioni, vincoli o impegni
- Vetrina, eventi e promozioni gratis e illimitati
- Gestione self-service online da web o app
- Performance tracking trasparente e in tempo reale
- Servizi opzionali di marketing avanzato
- Un team sempre pronto a risponderti

VANTAGGI PER I SOCI

SCONTO DEL 50% SUL COSTO DI ATTIVAZIONE, con possibilità di scegliere tra **2 OPZIONI**:

- **€99+IVA una tantum** (invece di €199+IVA) con vetrina, eventi e promozioni gratis e illimitati
- **€199+IVA una tantum** (invece di €399+IVA) con vetrina, eventi e promozioni gratis e illimitati più un pacchetto di visibilità GOLD del valore di €200+IVA



Fedeltàmi piace

Ulteriore sconto del 50% su tutti i servizi di marketing avanzato opzionali

Presentazione a Roma con il presidente Carlo Sangalli e il ministro Gilberto Pichetto Fratin

Presentato a Roma da Confcommercio il progetto per la sostenibilità Imprendigreen 2024, iniziativa che accompagna le imprese nel percorso della transizione ecologica, realizzato in collaborazione con la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa ed Enea, e con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza energetica. E' intervenuto all'iniziativa il ministro Gilberto Pichetto Fratin.

Confcommercio ha diffuso un'analisi, compiuta presso imprese del terziario con marchio Imprendigreen, sul rapporto con il green e la sostenibilità. Oltre il 50% delle imprese

del terziario che investono in green ha tra i 7 e i 15 dipendenti, mentre per le imprese più piccole la strada della transizione eco-

logica è ancora faticosa. Costi e burocrazia non aiutano: il 40% delle

imprese, nonostante sia sensibile alle tematiche ambientali, afferma che i costi

nessari per diventare sostenibili, ad oggi, risultano ancora alti; il 25% lamenta eccesso di burocrazia e norme di difficile comprensione e interpretazione.

Vi sono "notevoli criticità legate ai

costi da affrontare, ai limiti burocratici e alla normativa di difficile interpretazione – ha rilevato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - Occorre, allora, pensare insieme a sempre più efficaci azioni di supporto e accompagnamento delle imprese, soprattutto micro e piccole. Occorre farlo con politiche mirate (incentivi, linee di credito, finanziamenti pubblici, bandi), così da mettere in campo gli strumenti più idonei per una transizione che sia sostenibile, giusta ed equa".



Terziario e sostenibilità Il progetto Imprendigreen 2024 di Confcommercio

Il 40% sceglie la sostenibilità per responsabilità ed impegno etico. Il 32% adotta comportamenti sostenibili perché conviene, il 27,8% delle imprese lo fa anche

per un miglioramento della reputazione verso clienti/fornitori.

Bene l'imprenditoria giovanile: il 90% di giovani o aspiranti imprenditori dichiara di voler promuovere la sostenibilità come parte integrante delle proprie attività. Per il 64% degli imprenditori, infatti, green è sinonimo di riduzione dell'impatto ambientale, ma per il 44% significa anche attuare iniziative per supportare il benessere fisico e mentale dei dipendenti; o, ancora, per il

42% significa progettare attività di formazione e crescita professionale. Riconoscere la propria attività come sostenibile è, dunque, un obiettivo importante e il 60% degli intervistati lo fa, non solo per rispondere alle richieste esterne, ma perché è qualcosa in cui crede.



Sangalli: affrontare le criticità legate ai costi, ai limiti burocratici e alle norme di difficile interpretazione





ENTE MUTUO ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA



A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO

Orologi, contraffazione online con gli "Hidden Links" Assorologi e Indicam: oscurati 163 siti di vendita

I finanziari del Nucleo Speciale Tutela Privacy e Frodi Tecnologiche di Roma, in collaborazione con i reparti del corpo della Guardia di Finanza territorialmente competenti, hanno eseguito la perquisizione personale, informatica e locale disposta dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Milano nei confronti di 15 soggetti che commercializzavano online prodotti contraffatti, segnatamente orologi di prestigiosi marchi.

Contestualmente alla perquisizione, è stato eseguito un decreto di sequestro preventivo, emesso dal Gip del Tribunale di Milano su conforme richiesta della locale Procura della Repubblica, con il quale sono state oscurate 163 risorse digitali presenti su Twitter, Instagram, Facebook, Telegram e altri siti web.

L'operazione, che ha preso avvio da un'analisi svolta in collaborazione con Indicam l'Associazione Italiana per la tutela della proprietà intellettuale e con Assorologi (Associazione Italiana Produttori e Distributori di Orologeria), ha portato a individuare un meccanismo di frode conosciuto come "Hidden Links", in base al quale il venditore abusivo non inserisce, nel proprio canale di vendita, immagini che riproducono il bene contraffatto bensì riporta immagini prese da siti ufficiali di noti brand dell'orologeria, cui viene associato un mero codice identificativo che sarà utilizzato, sui canali social, per perfezionare la vendita illecita.



Marcello Borsetti, presidente Assorologi

L'operazione della Guardia di Finanza Nucleo Speciale Tutela Privacy e Frodi Tecnologiche

ASSOROLOGI
Associazione Italiana Produttori e Distributori di Orologeria



Foto di Anna Luccisano e Massimo Garriboli

“Gli hidden links sono la nuova frontiera della contraffazione online: comprendere i meccanismi che guidano questo fenomeno insidioso non è solo utile, ma fondamentale per le attività di contrasto ai traffici illeciti online - ha affermato il presidente di Indicam Mario Peserico - Siamo lieti di aver partecipato alla ricerca effettuata in collaborazione con Convey ed Assorologi che è servita da spunto alle indagini e alle azioni della Guardia di Finanza. Un plauso al Nucleo Speciale Tutela Privacy e Frodi Tecnologiche che ha



Mario Peserico, presidente Indicam

seguito le indagini arrivando a questo lodevole risultato”. Il sistema di frode è particolarmente insidioso in quanto - spiega Assorologi - le pagine web "vetrina" di per sé appaiono del tutto regolari e perciò in grado di eludere anche i possibili controlli da parte dei gestori delle piattaforme. “L'orologeria è da sempre uno dei comparti maggiormente colpiti dal fenomeno criminale della contraffazione - ha rilevato il presidente di Assorologi Marcello Borsetti - e questa importante azione di contrasto efficace e concreto messa in atto sulla base dell'attività di analisi dei nuovi strumenti criminali, evidenzia la necessità di proseguire su questa strada”.



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



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

Servizi PRO Impresa: il portale per cercare servizi per la tua impresa e orientarti tramite i webinar

Con **Servizi PRO Impresa** trovi:

- ✓ **aziende selezionate** a cui puoi chiedere informazioni e preventivi in merito a **servizi** di tuo interesse a **tariffe agevolate**
- ✓ un ricco **calendario di Webinar Gratuiti** pensati per le PMI.



Le nostre **aree di competenza:**



Audiovisivo



Consulenza Aziendale



Finanziario Assicurativo



Marketing, comunicazione ed eventi



Ricerche di mercato



Risorse umane

- ✓ **Cerca il servizio in convenzione** adatto alle esigenze della tua impresa e del tuo business

- ✓ **Partecipa gratuitamente** ai **Webinar** di tuo interesse



50&Più Milano: Carlo Sangalli riconfermato presidente

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli è stato rieletto all'unanimità alla presidenza di 50&Più Milano dal rinnovato Consiglio direttivo dell'Associazione.

L'Assemblea elettiva di 50& Più Milano, svoltasi in Confcommercio Milano, ha visto eletti nel nuovo Direttivo, con Sangalli: Duilio

Aragone, Angelo Galli, Donatella Galli, Gianna Luigia Gerli, Giuseppe Legnani, Lionella Maggi, Carla Magni, Roberto Marchesi, Dario Migliavacca Bossi, Antonio Monzino, Maria Gabriella Paleari, Oreste Vaghi.

Il nuovo Consiglio direttivo di 50&Più Milano completerà successivamente – nel momento in cui si scrive n.d.r. - l'assetto delle cariche sociali (vicepresidenze, cooptazioni).

Foto di Antonella Beghetti e Federico Giusti



L'Assemblea in Confcommercio Milano ha eletto il nuovo Consiglio direttivo dell'Associazione



Il sistema Milano e la sua attrattività

Il sistema economico italiano è sempre più vincolato al terziario, a sua volta spinto da commercio, ricettivo, ristorazione e affini, settori fortemente legati al turismo estero, il quale dispone di una capacità e propensione alla spesa quasi doppia di quello italiano. L'industria è in una fase di sistematico rallentamento, che fa seguito ad un biennio precedente spumeggiante che ha portato, l'export, insieme all'agroalimentare, a superare il massimo di sempre, raggiungendo gli oltre 600 miliardi di euro. Com'è facile comprendere, il terziario più dinamico e profittevole resta ampiamente rappresentato da quello lombardo a sua volta sospinto da quello milanese. A confermare questo dominio ci ha pensato, mai come prima, il Salone di arredo e design che in una settimana ha visto aumentare il flusso di presenze turistiche di ben oltre 300 mila persone, per oltre i 2/3 straniere, con una spesa procapite media ragguardevole, articolata nel ricettivo ed enogastronomico, ma anche dal commercio di elevato standing.

Il fatto che l'economia italiana abbia ormai come locomotiva il terziario turistico è un fatto significativamente positivo, viste le capacità attrattive del nostro Paese.

Il punto

L'elemento di debolezza è legato alle dimensioni medie degli esercizi, all'indebitamento e a variabili sia di natura temporale sia di disponibilità alla spesa.

Solo la realtà milanese del comparto attrattivo si differenzia in meglio al resto dell'Italia. Una solidità che ha due origini ben chiare: la prima riguarda l'assetto proprietario di lunga durata e quindi di forte esperienza gestionale; la seconda il traino di eventi che, ormai, sono praticamente continuativi per oltre 10 mesi l'anno. Merito del combinato disposto è, in primis, l'intera classe dirigente milanese - della quale è ai vertici la Confcommercio - e, più in generale, la capacità di anticipare i tempi da parte di soggetti come Fiera Milano, Aeroporti Milanesi, Camera di Commercio e molti altri.



Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

Hai un negozio o un ristorante?



Accrescere la tua base di clienti fedeli è più importante che acquisirne di nuovi ma le vecchie tessere fedeltà non funzionano e i social media non bastano.

ShopFan è un metodo completamente nuovo per far tornare più spesso i clienti.

I negozi che usano ShopFan aumentano in media il fatturato del 10% già dopo 60 giorni grazie a un sistema che coinvolge il 50% dei clienti alla cassa e li tiene ingaggiati con gli SMS.

Per iniziare una prova gratuita e senza impegno di due mesi, scrivi a marketing@unione.milano.it indicando ragione sociale, partita iva e numero di telefono.



vedi
l'intervista a
un caso di
successo





Forti critiche all'ordinanza del Comune di Milano (in vigore dal 17 maggio). Confcommercio Milano ed Epam: pesanti ricadute negative. Necessarie modifiche

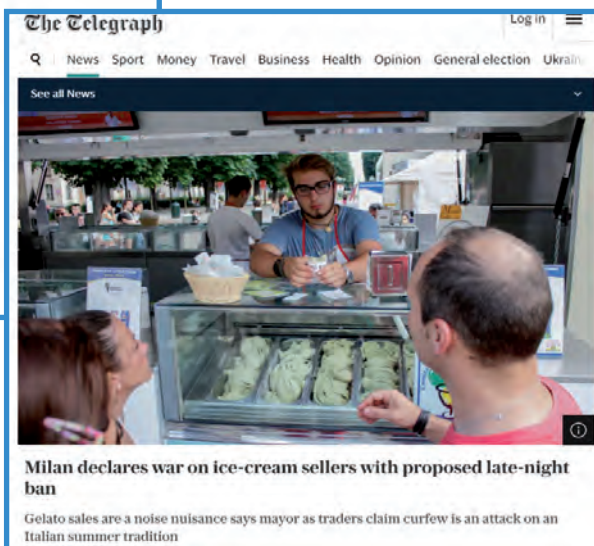


Foto incontro Epam di Federico Giusti

dehor (a fronte di un aumento medio del 40% della loro tassazione con il canone unico) – con più che probabili conseguenze negative di ricaduta occupazionale – vietano, dopo la mezzanotte, di mangiare con asporto ad esempio un gelato, una pizza o di bere una bottiglia d'acqua (se il principio è quello di scoraggiare gli assembramenti, allora occorre tutt'al più pensare a un divieto di consumo sul suolo dell'area interessata). Il caso emblematico del gelato vietato dopo mezzanotte ha attirato l'attenzione della stampa internazionale (vedi le immagini).

Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi, ha indetto in Confcommercio

E la chiamano estate...: parafrasando una nota canzone così potrebbe essere definita la non lontana estate milanese nelle principali zone della cosiddetta movida se non troverà sostanziali modifiche la prevista ordi-

nanza del Comune di Milano (entrata in vigore dal 17 maggio) che coinvolge Nolo, Lazzaretto, Melzo, Isola, Sarpi, Cesariano, Arco della Pace, Corso Como/Gae Aulenti, Garibaldi, Brera, Ticinese, Darsena e Navigli (esclusa l'area di corso Garibaldi tra via Moscova e via Marsala e Largo La Foppa dove resta in vigore l'ordinanza n. 41 del 04/06/2021) e che prevede:

- divieto di vendita e somministrazione per asporto di alimenti e bevande di qualsiasi tipo (alcoliche e non) dalle ore 00 alle ore 06 (fermo restando i divieti di vendita di bevande alcoliche previsti dalle leggi nazionali);
- divieto di utilizzo dei dehor: dalle ore 00.30 alle 06.00 dal lunedì al venerdì; dalle ore 01:30 alle 06 il sabato e la domenica (cioè, nella notte tra venerdì e sabato e quella tra sabato e domenica), dalle ore 01:30 alle 06 nei giorni festivi infrasettimanali.

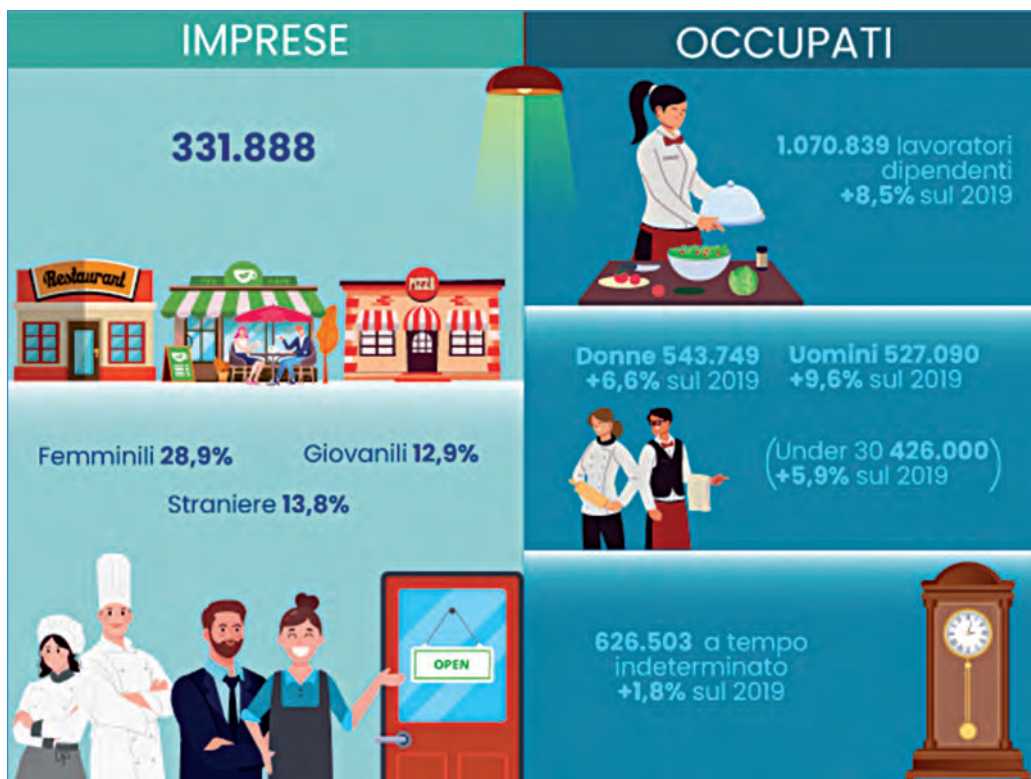
In questi giorni (3 maggio) è la data fissata dal Comune per consentire ai diversi portatori di interesse, pubblici e privati, di inviare eventuali osservazioni. Molto critica Confcommercio Milano: il segretario generale Marco Barbieri ha rilevato l'assurdità di norme che, oltre a danneggiare fortemente gli operatori dei pubblici esercizi con la riduzione degli orari dei

Milano e l'estate dei divieti nelle aree della movida

Milano un incontro per sentire l'opinione degli operatori in vista della presentazione delle osservazioni. Per Lino Stoppani, presidente di Epam, prima di partire con le ordinanze ci si sarebbe aspettato che il Comune di Milano ultimasse il percorso che riguarda il nuovo Regolamento dei pubblici esercizi (già sollecitato a più riprese da Confcommercio Milano con Epam) attraverso il quale si possono individuare in maniera strutturale le aree più critiche e gli eventuali provvedimenti da prendere. I divieti – ha rilevato Stoppani – saranno inutili creando nomadismo (perché la gente d'estate con la bella stagione dopo mezzanotte non va a casa) spostando il problema di qualche centinaio di metri.

Per il presidente di Epam è forte il timore di pesanti ricadute su fatturato dei pubblici esercizi, posti di lavoro, filiera. E non sarà più sostenibile da parte dei locali la spesa per steward che garantiscono tranquillità.





rizzano il settore. Da un lato, circa 9 ristoranti e bar su 10 hanno adottato misure concrete per il controllo dei consumi energetici e il rispetto dell'ambiente. Dall'altro, oltre l'80% delle imprese ha introdotto uno o più strumenti digitali all'interno dei propri locali. Sono questi alcuni dei dati più significativi emersi dal Rapporto Ristorazione 2024 curato da Fipe-Confindustria e presentato a Roma con Lino Stoppani, presidente di Fipe-Confindustria, il direttore generale Roberto Calugi e Luciano Sbraga, direttore del Centro Studi Fipe-Confindustria. Dallo studio Fipe è emerso anche il buon

Ammonta a 54 miliardi di euro a prezzi correnti il valore aggiunto della ristorazione nel 2023 con un recupero del +3,9% anche rispetto al periodo pre-Covid. Numeri, questi, accompagnati da una forte spinta agli investimenti: nel 2023 circa un imprenditore su due ha investito nel rinnovo del parco attrezzature e nel potenziamento degli strumenti digitali. E per questo 2024 le imprese annunciano un piano di investimenti che sfiora i 4 miliardi di euro.

Donne, giovani, investimenti green e digitali I dati del Rapporto Ristorazione 2024 di Fipe-Confindustria

andamento della spesa delle famiglie nella ristorazione che ha raggiunto la soglia dei 92 miliardi di euro tornando (in valore) abbondantemente al di sopra dei livelli pre-pandemia e recuperando si-

gnificative quote di mercato rispetto al consumo domestico. A dicembre 2023 erano 331.888 le imprese della ristorazione in Italia, in leggera contrazione rispetto all'anno precedente (-1,2%). Di queste, 132.004 sono bar, 195.471 ristoranti, take away, gelaterie e pasticcerie e 3.703 aziende che offrono servizi di banqueting e catering. Oltre diecimila imprese hanno avviato l'attività nel 2023 (+6,5% sul 2022).

Sostenibilità e innovazione, infatti, sono i trend che caratte-



IL 18 MAGGIO "LA GIORNATA DELLA RISTORAZIONE" - Sabato 18 maggio (presentazione istituzionale a Roma il 16 maggio presso la Camera dei Deputati) è in programma la seconda edizione de "La Giornata della ristorazione", iniziativa organizzata da Fipe-Confindustria con l'obiettivo di invitare tutti gli italiani a celebrare la condivisione di un rinnovato sentimento di comunità intorno alla tavola. Ogni ristorante che aderisce alla Giornata registrandosi sulla piattaforma - <https://www.giornatadellaristorazione.com/adesione/> - può proporre una ricetta con la quale rendere la propria interpretazione del tema dell'ospitalità. L'evento vuole riunire - sotto il comune denominatore del valore dell'ospitalità - chef e ristoratori a tutti i livelli: ristoranti, trattorie, osterie, pizzerie e taverne. In occasione della Giornata, Fipe-Confindustria promuove un'iniziativa di charity a favore di Caritas Italiana. (AL)



Il commento

“Il 2023 è stato un buon anno per la ristorazione italiana e per il 2024 le aspettative degli imprenditori restano prudentemente positive. Nonostante le sfide legate all’inflazione e all’incertezza del quadro geopolitico, i consumi, l’occupazione e il valore aggiunto sono sensibilmente cresciuti tornando, quantomeno in valore, al di sopra dei livelli pre-pandemia” ha spiegato Lino Stoppani, presidente di Fipe-Confcommercio. “Anche la contrazione del numero delle imprese – ha proseguito - non è necessariamente una cattiva notizia se si traduce in un rafforzamento delle competenze e un aggiornamento dei format, grazie al progressivo apporto di tante imprenditrici e di tanti giovani che decidono di mettersi in proprio. Il settore è in trasformazione, come è testimoniato anche dalla spinta ad investire e ad innovare. Oltre il 50% degli imprenditori ha effettuato uno o più investimenti nel 2023 in chiave green e digitale e un numero altrettanto importante prevede di investire quest’anno. Sono segnali di fiducia che meriterebbero di essere ulteriormente sostenuti da politiche che riconoscano alla ristorazione il ruolo che ha nell’economia e nella società”.

Lino Stoppani, presidente Fipe-Confcommercio

Su questo fenomeno si allunga, tuttavia – rileva Fipe - l'ipoteca dei troppi insuccessi che segnano l'iniziativa di tanti aspiranti imprenditori: il tasso di sopravvivenza delle nuove imprese supera, a cinque anni, appena il 50%. Il 28,9% delle imprese di pubblico esercizio (95.870) è gestito da donne, con una più alta incidenza nel canale bar (33,1% del totale). Le imprese guidate da giovani under 35 sono 42.652, il 12,9% del totale, concentrate principalmente nel segmento ristoranti (60,3%), mentre le attività sotto il controllo di imprenditori stranieri sono oltre 50mila (circa il 14% del totale).



L'occupazione

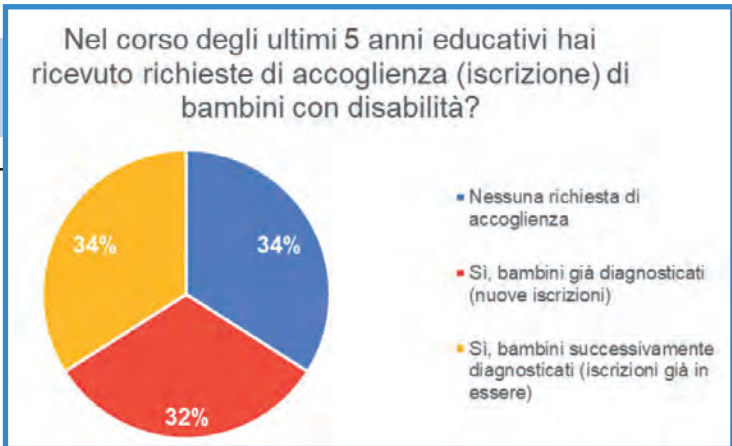
Secondo il Centro Studi Fipe il 2023 può essere considerato un anno positivo anche dal punto di vista dell'occupazione, con 1,4 milioni di addetti, in crescita del 6,4% rispetto al 2022 e del 2,3% rispetto al 2019. Focalizzando l'attenzione sul solo lavoro dipendente, le oltre 165mila aziende con almeno un dipendente hanno impiegato, nella media dell'anno, 1.070.839 lavoratori (6,4 unità per impresa), superando dell'8,1% il livello pre-Covid (circa 80mila unità in valore assoluto). Si è totalmente riassorbita l'emorragia dei contratti a tempo indeterminato, cresciuti di oltre 11mila unità rispetto al 2019, che oggi costituiscono la forma prevalente dei rapporti di lavoro nel settore della ristorazione (58,5%).

Il 2023 anno positivo: valore aggiunto oltre 54 miliardi di euro (+3.9%), occupati +1,4 milioni, i consumi fuori casa raggiungono i 92 miliardi di euro (+7%). E per quest'anno le imprese annunciano un piano di investimenti che sfiora i 4 miliardi di euro

95.870 le imprese gestite da donne (il 28,9% del totale), mentre le imprese a guida di un under 35 sono 42.652 (il 12,9% del totale), concentrate principalmente nel comparto dei ristoranti (60,3%)

Su un campione di 100 strutture lombarde

Negli ultimi cinque anni i servizi educativi per l'infanzia privati in Lombardia hanno riscontrato un aumento delle richieste di accoglienza di bambini che presentano fragilità e anche disabilità. E' quanto è emerso da un'indagine di Assonidi, l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati. Nelle strutture educative intervistate



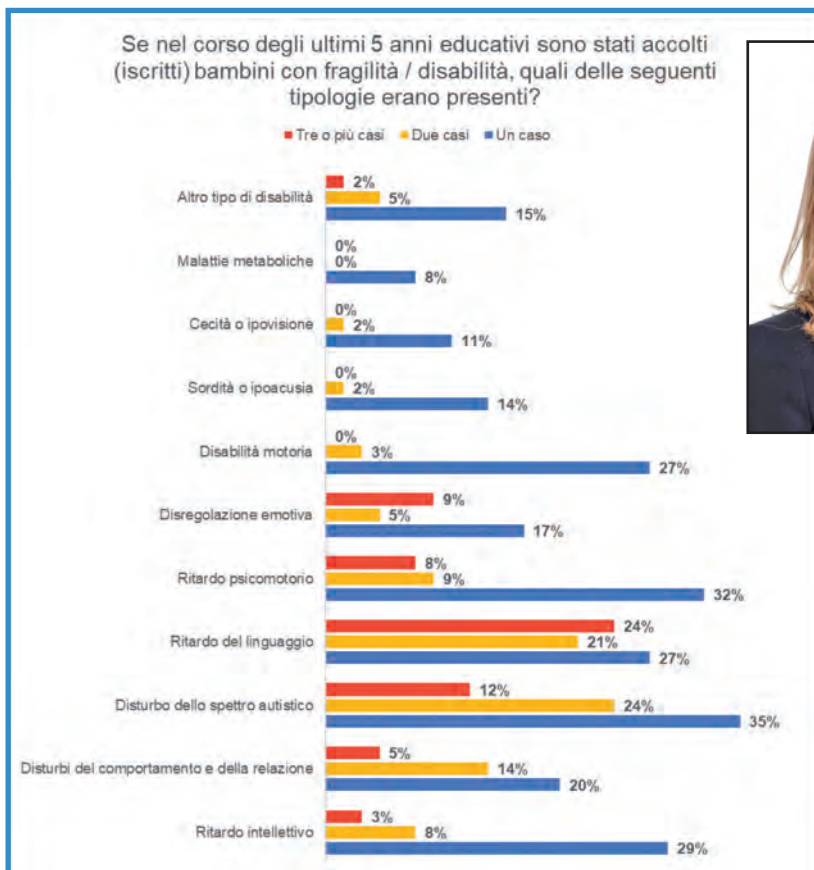
– un campione di 100 attività – il 32% ha ricevuto richieste d'accoglienza di bambini con fragilità/disabilità di casi già diagnosticati, il 34% ha invece riscontrato e/o diagnosticato la fragilità/disabilità durante la frequenza della struttura educativa. Quindi, due strutture educative lombarde su tre hanno a che fare con problemi soprattutto di fragilità e ritardi.

Fragilità e disabilità nei servizi educativi privati 0-3 anni
L'indagine di Assonidi

Tra gli asili nido/scuole d'infanzia che hanno dichiarato di aver ricevuto richieste di accoglienza, per il 35% si è

trattato di un bambino con un disturbo dello spettro autistico (per il 24% due bambini con questo disturbo, per il 12% tre o più bambini). Tra le altre fragilità con maggiore incidenza, il ritardo psicomotorio (almeno un caso segnalato dal 32%) e il ritardo del linguaggio (almeno un caso segnalato dal 27%).

L'aumento delle richieste di accoglienza – secondo Assonidi - è probabilmente legato ad una sempre maggiore tempestività diagnostica, nonché ad una più attenta sensibilità sul tema delle disabilità in età infantile. In molti casi – sottolinea inoltre l'Associazione - un tempestivo intervento seguito da un adeguato



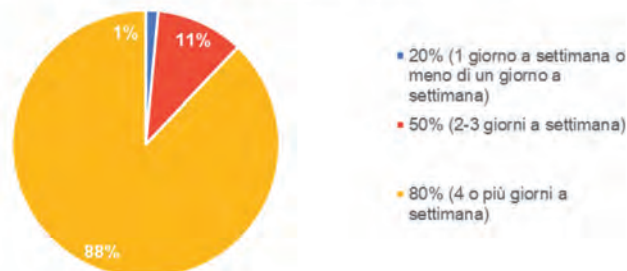
Federica Ortalli, presidente Assonidi

Disturbi dello spettro autistico, ritardi psicomotori e nel linguaggio le situazioni più frequenti. Necessità di maggiore formazione specifica: l'Associazione ha già avviato interlocuzioni con alcune realtà di eccellenza che si occupano di disabilità in età infantile

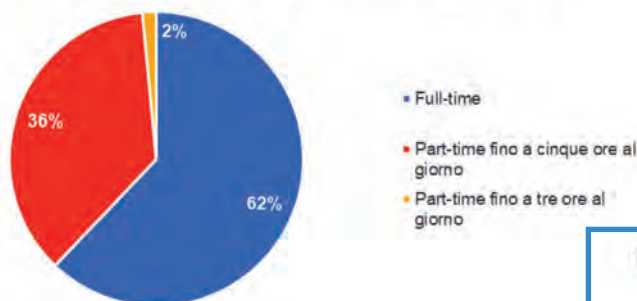
Frequenza bambini fragili/disabili

In relazione al rapporto tra domanda di accoglienza e offerta dei servizi educativi, gli educatori intervistati hanno confermato che i bambini con fragilità/disabilità iscritti presso le strutture educative frequentano il nido a tempo pieno. Infatti, l'80% si presenta in struttura quattro o più giorni a settimana e il 62% dei bambini permane per l'intera giornata (full-time, 9 ore giornaliere).

Qual è la frequenza media in un mese dei bambini con disabilità iscritti?



Qual è la permanenza media giornaliera dei bambini con disabilità iscritti?

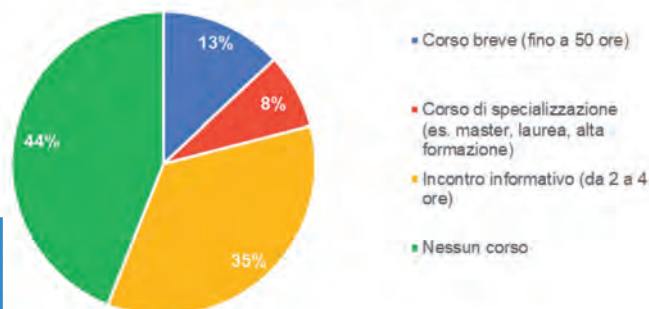


devono ripensare la spesa pubblica destinando una parte dei finanziamenti anche ai servizi educativi privati al fine di garantire un adeguato supporto a tutti i bambini che presentano fragilità. Occorrerebbe anche una maggiore informazione alle famiglie che molte volte si rivolgono direttamente al gestore per avere informazioni".

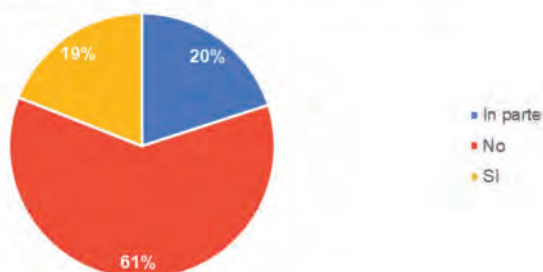
"Occorre ripensare – ha concluso Federica Ortalli, presi-

supporto specialistico può portare a mitigare o risolvere alcune delle criticità riscontrate. Come richiesto dalle ATS, la totalità delle strutture – rileva Assonidi - redige un progetto educativo individuale per i bambini che presentano disabilità, anche se per il 55% delle strutture emerge la necessità di un miglioramento dei

Hai mai frequentato corsi di formazione sul tema delle disabilità al nido?



All'interno della tua struttura è presente una persona con una formazione specifica per l'accoglienza e la cura di bambini con disabilità?



Addetti con formazione specifica

Gli asili nido coinvolti nell'indagine hanno dichiarato per il 61% dei casi di non avere a disposizione una risorsa con formazione specifica per l'accoglienza e la gestione di bambini con fragilità/disabilità. Il 20% ha almeno una risorsa con una formazione parziale e il 19% ha in forza lavoro una persona specificamente formata. Tra coloro che hanno risposto al questionario, inoltre, il 44% non ha mai frequentato alcun tipo di formazione in tema di disabilità e il 35%

ha frequentato solamente incontri introduttivi e di sensibilizzazione sul tema. Tra coloro che invece hanno dichiarato di avere una formazione specifica il 13% ha dichiarato di aver frequentato un corso breve (fino a 50 ore) e l'8% ha una formazione specialistica.

piani elaborati. Occorre certamente maggiore formazione: Assonidi ha perciò già avviato delle interlocuzioni con alcune realtà di eccellenza che si occupano di disabilità in età infantile per strutturare una nuova area formativa dedicata al tema della disabilità al nido. "Le istituzioni – ha rilevato Paolo Uniti, direttore di Assonidi -

Commenti (in forma anonima) di strutture associate

"Sarebbe utile fornire alle educatrici delle nozioni che possano convalidare le osservazioni, rendendole più competenti e più sicure delle loro valutazioni, così che questo vada a vantaggio di un miglior tempo per la presa in carico del problema/riciesta d'aiuto/valutazione". "Sarebbe molto interessante avere un protocollo unico sulla gestione della disabilità al nido. E anche la possibilità di richiedere un sostegno che non sia a carico della struttura o della famiglia".

dente di Assonidi – i percorsi di presa in carico dei bambini con fragilità in un'ottica sinergica tra i soggetti coinvolti, cioè strutture sanitarie, pediatri, famiglie e coordinamenti pedagogici dei servizi educativi privati".

Finlombarda Spa, società finanziaria di Regione Lombardia, e Assintel, l'Associazione Confindustria delle imprese Ict e digitali, hanno firmato un accordo di collaborazione con l'intento comune di diffondere la cultura dell'innovazione e il paradigma dell'Open Innovation quali elementi strategici per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese, nonché di favorire occasioni di divulgazione, confronto, sviluppo, approfondimento e diffusione di buone pratiche di imprenditorialità innovativa.

Con l'intesa Finlombarda e Assintel si impegnano, tra l'altro, a

organizzare workshop, seminari e tavoli di lavoro, a valorizzare le buone prassi con particolare attenzione al contesto produttivo e territoriale lombardo, a diffondere iniziative a tema: come l'Open Innovation, gli ESG, la crescita sui mercati internazionali, i programmi di finanziamento europei, la digitalizzazione e l'intelligenza artificiale.

“Da sempre il nostro focus sono le micro, piccole e medie imprese, che rappresentano la peculiarità del tessuto economico italiano e per le quali occorrono interventi ad hoc per favorirne la transizione digitale. Per loro sono fondamentali due aspetti: il tema culturale, per cui occorre avvicinare le imprese con linguaggi e iniziative che sappiano empatizzare con le loro esigenze; e quello economico-finanziario, legato agli investimenti in innovazione. E questa partnership lavora proprio su entrambe le direttrici” ha commentato Paola Generali, presidente di Assintel.

“L'accordo con Assintel – ha detto Andrea Mascetti, presidente di Finlombarda Spa - si inquadra nell'ambito dell'offerta di servizi gratuiti per accrescere la competitività delle pmi lombarde tramite l'adesione di Finlombarda alla rete europea Enterprise Europe Network e dello sviluppo strategico della piattaforma partecipativa regionale Open Innovation Lombardia a supporto di Regione Lombardia. Siamo convinti che questa partnership sia utile a creare sinergie di valore in risposta alle sfide in tema di innovazione digitale e sostenibilità”.



Andrea Mascetti, presidente di Finlombarda Spa e Paola Generali, presidente di Assintel

Innovazione digitale e sostenibilità L'accordo fra Assintel e Finlombarda



le Open Innovation Lombardia a supporto di Regione Lombardia. Siamo convinti che questa partnership sia utile a creare sinergie di valore in risposta alle sfide in

DOMANDE ONLINE FINO AL 31 MAGGIO PER IL BANDO DI REGIONE LOMBARDIA "IMPRESE STORICHE VERSO IL FUTURO 2024" - Fino al 31 maggio (ore 12) è possibile presentare le domande online per il bando di Regione Lombardia "Imprese storiche verso il futuro" che stanziava più di 5 milioni di euro a supporto delle attività storiche tradizionali iscritte nell'apposito elenco regionale che attuano investimenti per queste finalità: ricambio generazionale e trasmissione di impresa; riqualificazione del locale dove si svolge l'attività; restauro e conservazione; innovazione. Sono previsti contributi a fondo perduto fino al 50% delle spese ammissibili nel limite massimo di 30.000 euro. L'investimento minimo è di 5.000 euro.



Nel 2023 +184% di cyber attacchi nel mondo (+ 85,7% in Italia nel primo semestre): il 61% viene dal dark web



Durante il 2023 sono cresciuti fortemente i cyber attacchi nel mondo: + 184% con un totale di 7.068 attacchi individuati e classificati. Nel 61% dei casi gli attacchi sono arrivati dal dark web, senza riscontri nel clear web. Questi alcuni dei dati contenuti nel primo Rapporto annuale sull'evoluzione della cybersecurity realizzato - attraverso il proprio Cyber Think Tank - da Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese Ict e digitali.

Secondo i dati raccolti dal gruppo di lavoro di Assintel, geograficamente gli attacchi cyber sono aumentati del 50% in America e del 27% in Europa. In Italia, nel primo semestre del 2023, si è registrato un +85.7% di attacchi (rispetto all'ultimo trimestre 2022). E le pmi, in particolare le piccole micro aziende, si sono confermate il target preferito degli hacker.



Cyber Report di Assintel forte crescita degli attacchi Piccole e micro imprese target preferito degli hacker

Il Cyber Report di Assintel ha messo anche in risalto come le tecniche di attacco evidenzino un aumento del ricorso al malware con il 70% degli attacchi totali lo scorso anno. Le conseguenze degli attacchi cyber preoccupano gli esperti: il 91% degli attacchi del 2023 viene classificato come grave o gravissimo e quelli con impatto critico rappresentano il 24% con significative ripercussioni in termini economici, legali e di reputazione per le aziende colpite.

Cyber attacchi: settori più colpiti

E' il manifatturiero ad essere il più colpito dagli attacchi: passando dal 5 al 16% degli attacchi totali nel 2023, seguito dai settori professionale/scientifico/tecnico, Ict, sanitario e finanziario/assicurativo. Le tecniche più utilizzate per i cyber attacchi sono il malware (il citato dato del 70%) seguito dall'utilizzo di vulnerabilità e tecniche sconosciute. Quasi un quarto degli attacchi ha avuto un impatto critico, mentre il 67% ha avuto conseguenze gravi economiche, legali o reputazionali.



Pierguido Iezzi, coordinatore del Cyber Think Tank Assintel

Il commento

Pierguido Iezzi, coordinatore del Cyber Think Tank Assintel, sottolinea come il trend degli attacchi ransomware del 2023 confermi la crescente vulnerabilità delle aziende di tutte le dimensioni: "È evidente, ormai, come ogni azienda, indipendentemente dalle sue dimensioni, rappresenti un bersaglio accessibile. Sia che si tratti di un'azienda di grandi dimensioni o di una piccola impresa, le operazioni, il marchio, la reputazione e i canali sono potenzialmente a rischio".

Come reagire

Il Cyber Think Tank di Assintel ha sottolineato l'urgente necessità di rafforzare le misure di sicurezza informatica e di promuovere la collaborazione tra pubblico e privato per contrastare efficacemente questa crescente minaccia alla sicurezza digitale.

Phishing

Parallelamente agli attacchi di ransomware, il phishing ha continuato a rappresentare una minaccia significativa per la sicurezza informatica durante tutto l'arco temporale del 2023. Gli attaccanti hanno utilizzato metodi sempre più sofisticati per ingannare gli utenti e ottenere informazioni sensibili, come password e dati finanziari.

"In un panorama sempre più complesso e minaccioso per le pmi - aggiunge Iezzi - il ruolo delle associazioni nel settore della Cyber Security diventa cruciale. Entità come il Cyber Think Tank di Assintel svolgono un compito fondamentale, offrendo alle pmi un valido supporto nel migliorare la loro sicurezza informatica".

Dal furto di dati al ransomware

Aumento significativo degli attacchi informatici mirati al furto di dati e alla richiesta di riscatti in cambio del ripristino dei sistemi colpiti. Nel primo trimestre del 2023 sono stati registrati 898 obiettivi attaccati tramite ransomware in 79 Paesi diversi, con una crescita del 19% rispetto al trimestre precedente. Si è osservato un aumento del 161% delle vittime di ransomware tra gennaio e marzo 2023, con un incremento del 19% rispetto al quarto trimestre del 2022. In particolare, l'Italia ha visto un aumento dell'85.7% delle vittime rispetto al quarto trimestre del 2022. Nel secondo trimestre del 2023, il numero di vittime di attacchi ransomware è aumentato del 62% rispetto al trimestre precedente, con 1.451 vittime registrate.

Le pmi, in particolare le piccole micro aziende, si sono confermate il target preferito dai criminali hacker: 80% delle vittime. A livello globale, le aziende di servizi sono state le più colpite dalle gang ransomware, con il 47% delle vittime.

Nel secondo semestre del 2023, il trend degli attacchi ransomware è proseguito, con un totale di 2.616 vittime registrate in 94 Paesi diversi (aumento dell'11% rispetto al primo semestre). Le gang ransomware hanno continuato a essere attive, con un totale di 52 gruppi identificati. Gli Stati Uniti sono stati il Paese più colpito, seguiti dal Regno Unito, dal Canada, dalla Germania e dall'Italia. Le gang LockBit, CLOP, PLAY, Alphv/BlackCat e 8BASE hanno dominato il panorama delle minacce ransomware durante questo periodo. I settori più colpiti includono manifatturiero, servizi, costruzioni, finanza e sanità.

Il Credito oggi, a misura di Micro e PMI

Fidicomet offre alle Aziende associate un accesso agevolato al **Credito di impresa**, **Garanzie consortili** e **Servizi di consulenza-su-misura**, utili per aiutare le imprese a:

- **ottenere più credito** e **miglior credito**, con le più idonee forme tecniche
- equilibrare la **struttura finanziaria**
- migliorare il proprio profilo di presentazione alle Banche, anche con adeguati **Piani di impresa** (Business plan)
- trovare idonei **strumenti agevolativi** e opportunità **Fintech**
- comprendere la propria **valutazione dal "sistema"** C.R. e S.I.C. - sistemi di informazioni creditizie

CHECK UP

Conosci davvero la situazione finanziaria della Tua Impresa?

REPORT E ANALISI FINANZIARIA

Analisi e Tutor finanziario Micro-PMI

BUSINESS PLAN



Analisi, predisposizione e supporto al 100%

TUTOR Finanza Agevolata

Bandi e agevolazioni



INFO & CONTATTI:

- Presso la Tua Associazione aderente a Unione-Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza
-  sportello@fidicomet.it
-  **02 76.300.21**
- www.fidicomet.it
- www.meritodicredito.it





Nei primi tre mesi dell'anno, rileva Federmotorizzazione Confindustria, sono state 432.000 le autovetture immatricolate (+5,7% rispetto allo stesso periodo del 2023), con un rallentamento, però, a marzo dopo diciannove risultati mensili positivi.

Immatricolazioni delle auto elettriche e ibride "alla spina": nel primo trimestre dell'anno sono state 35.568 con una quota complessiva dell'8,2%, tracciate al ribasso dal calo più pesante delle elettriche pure che scendono sotto la quota del 4% (attestandosi al 3,8%).

Il mercato, insomma, continua a non premiare l'elettrico ricca

ricabile. Il dato emerge anche dall'andamento degli ecoincentivi: resta limitata la richiesta di contributi riservati alle vetture elettriche, mentre sono andati esauriti in poche settimane quelli per le auto endotermiche meno inquinanti. I motivi di questa scelta da parte dei consumatori non cambiano: dal prezzo, più alto rispetto alle vetture tradizionali endotermiche, alle incertezze legate ad una tecnologia (le batterie) che si ritiene ancora non ottimale, alle scarse infrastrutture di ricarica nel nostro Paese.

L'attesa dei nuovi ecobonus, infine, annunciati dal Governo e previsti in questo mese di maggio, provoca un rinvio degli acquisti.



FEDERMOTORIZZAZIONE
FEDERAZIONE NAZIONALE
COMMERCianti MOTORIZZAZIONE

Mercato dell'auto con il "freno a mano" delle elettriche pure (sotto il 4%) L'analisi di Federmotorizzazione sui dati del primo trimestre 2024

Il presidente di Federmotorizzazione Simonpaolo Buongiardino: una via italiana alla transizione verso la decarbonizzazione



Simonpaolo Buongiardino, presidente Federmotorizzazione

“L'automobile – ha rilevato Simonpaolo Buongiardino, presidente di Federmotorizzazione Confindustria - è sempre stata considerata uno strumento al servizio dell'utente, ma l'auto elettrica ha cambiato il paradigma, sentendosi di fatto l'utente al servizio dell'auto. Occorre infatti, sulle lunghe percorrenze, programmare il viaggio organizzando le necessarie soste per la ricarica che, oltre a costituire un vincolo, allunga i tempi del viaggio stesso. L'auto, fin dalla sua origine, ha costituito il simbolo della libertà di movimento, l'elettrica limita molto questa libertà”.

“Dobbiamo trovare – ha proseguito Buongiardino - una via italiana alla transizione verso la decarbonizzazione. Mettendo da parte ideologie che da noi non hanno presa e sfruttando altre tecnologie a partire dalle prossime vetture Euro 7, i cui protocolli sono stati recentemente semplificati, ed i nuovi carburanti che eliminano l'impronta carbonica, pur utilizzando veicoli endotermici”.

“Auspichiamo – ha concluso il presidente di Federmotorizzazione Confindustria - che il Governo stanzi maggiori fondi per le auto ibride ed endotermiche di ultimissima generazione così da poter rinnovare un parco auto vetusto e al tempo stesso migliorare la qualità dell'aria: puntare sull'elettrico sta ritardando il processo di rinnovamento del circolante. Si inizia a parlare di incentivi alla rottamazione anche in assenza di acquisto o di sostituzione con auto usata meno inquinante. Peraltro, il vento sta cambiando: anche la Germania, che pure è stata determinante in Europa nella scelta dell'elettrico e che ha stanziato generosi contributi agli utenti per incentivare l'acquisto di vetture elettriche, ha già deciso la fine di queste incentivazioni ed altri Paesi stanno operando scelte analoghe”.

Evento in Confcommercio Milano

Asseprim: "Il lato social della sostenibilità"

Le sfide più rilevanti nel mondo HR, come migliorare il proprio welfare con un approccio rivolto alla sostenibilità sociale; come valorizzare le competenze al femminile; come attivare iniziative virtuose con il territorio e creare inclusione sociale. Sono i temi affrontati nell'appuntamento "Il lato social della sostenibilità" promosso in Confcommercio Milano da Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese. Il convegno, che ha visto la presenza di sei relatori, ha fornito una panoramica completa delle diverse sfaccettature della sostenibilità sociale nel contesto aziendale, evidenziando l'importanza di integrare politiche di welfare e di inclusione sociale con gli obiettivi aziendali, al fine di generare valore sia per l'azienda sia per la comunità. Andrea Canonico, Chief Development Director Health & Benefits di AON, ha dato il via al convegno con una panoramica sui trend nel mondo degli HR-benefit, fornendo un'analisi dettagliata delle tendenze attuali e future nel settore delle risorse umane legate al benessere aziendale. Martina Tombari, Ceo di Walà, ha approfondito le strategie welfare con valore sociale e territoriale, evidenziando l'importanza di integrare politiche aziendali di welfare con impatti positivi sia sulle comunità locali sia sulle risorse umane. Ilaria Cecchini, Co-founder di Women at Business, ha esaminato la valorizzazione delle competenze al femminile, metten-



do in luce l'importanza di creare un ambiente lavorativo inclusivo e di supporto per le donne.

Elena Rabaglio, Co-Founder & Sustainability Director

di Mediatyche, ha affrontato il tema del rapporto tra profit e no profit, sottolineando l'importanza di investire in progetti con un valore sociale condiviso, che possano generare benefici sia per l'azienda sia per la società nel suo complesso. Giovanni Collinetti, Ceo di Brain Drain, ha discusso della sostenibilità del territorio, concentrandosi sull'importanza di preservare e valorizzare le risorse naturali, come ad esempio attraverso la gestione sostenibile delle foreste. Infine, Laura Carletti, Sustainability & HR Manager di Randstad Italia, ha affrontato il tema del lavoro e dell'inclusione sociale, evidenziando l'importanza di promuovere politiche aziendali inclusive e di favorire l'integrazione di persone provenienti da contesti svantaggiati nel mondo del lavoro. A moderare i lavori Anita Falcetta, Founder di Women of Change Italia, che ha facilitato lo scambio di idee tra i relatori e il pubblico presente al convegno. (AT)

Altoga: "tempesta perfetta" per il mercato del caffè



E'una 'tempesta perfetta'

quella che sta attraversando il mercato mondiale del caffè a causa di diversi fattori concomitanti che negli ultimi mesi hanno spinto al rialzo i prezzi di questa materia prima. Una situazione che sta destando forte preoccupazione tra le imprese di torrefazione per i conseguenti pesanti incrementi dei costi e che, se dovesse persistere, potrebbe portare ad una rivisitazione dei listini.

E' quanto ha rilevato Altoga (l'Associazione nazionale torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari). Negli ultimi 6 mesi le quotazioni di borsa del caffè Robusta hanno registrato un rialzo di oltre il 90% (da 2.200 a 4.195 US\$/tonnellata), quelle della varietà Arabica del 55% (da 155,25 a 239,85 US cent/Pound).

Diverse sono le cause alla base di questi aumenti: nel primo caso, una forte contrazione dell'offerta da parte del Vietnam (il maggiore produttore mondiale di questa varietà), nel secondo caso, le avverse condizioni meteorologiche in Brasile e l'intensificarsi dei problemi di reperibilità del

Robusta che ha spinto molti torrefattori a modificare le miscele utilizzando una maggiore percentuale di Arabica. A questo – prosegue Altoga – si devono aggiungere due ulteriori elementi di criticità. Un primo elemento è lo sfavorevole tasso di cambio per il rafforzamento del dollaro sull'euro, a causa delle divergenti politiche sui tassi di interesse applicate da Fed e Bce, che ha inciso sul costo del caffè fino a un +4% negli ultimi mesi.

Il secondo elemento è di tipo logistico ed è legato all'aumento dei costi del carburante, alla necessità di evitare il passaggio nel Mar Rosso con conseguente aumento di tempi e costi di percorrenza delle navi provenienti da Oriente, alla scarsa reperibilità di container che perdura a livello mondiale e ai maggiori premi assicurativi richiesti sulla base dei rischi connessi alla mancata consegna. Fattori che, complessivamente, incidono sui costi di importazione del caffè fino al 50% in più rispetto a 6 mesi fa. (SM)

La prima sede di rappresentanza all'estero di Aice, Associazione italiana commercio estero



A Varsavia inaugurata Aice Poland

Obiettivo di Aice Poland è quello di essere un punto di riferimento per le imprese italiane che operano sul territorio polacco fornendo assistenza e supporto per il mercato polacco e dei Paesi vicini. L'attività di Aice Poland si svilupperà in collaborazione con gli enti italiani già presenti nella capitale

polacca: Agenzia ICE, Camera di commercio italiana in Polonia, Consolati, l'Ambasciata stessa. "Aice Poland è il primo passo concreto di un progetto più ampio, denominato 'Aice nel mondo - Per l'internazionalizzazione di Confcommercio' che prevede l'apertura di sedi di rappresentanza nelle

aree geografiche di maggiore potenziale per le aziende associate - ha ricordato Riccardo Garosci, presidente di Aice. All'inaugurazione Garosci ha portato i saluti del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - In un periodo storico



I valori dell'interscambio tra Italia e Polonia

La Polonia è sempre più mercato di destinazione per il Made in Italy. Il valore dell'interscambio tra Italia e Polonia è di circa 36 mld di € nel 2023. L'export italiano è di quasi 20 mld di € (19,8, in crescita rispetto ai 19,5 mld di € del 2022) con una bilancia commerciale positiva di 3,7 mld di €. La Polonia è ormai stabilmente tra le prime 10 destinazioni dell'export italiano.

I principali settori dell'export italiano verso la Polonia: prodotti metallurgia (3,472 mld di €), macchinari (3,467 mld di €), mezzi di trasporto (2,222 mld di €), alimentari e bevande (1,608 mld di €), tessile, abbigliamento, accessori (1,578 mld di €).

Principali settori di import dalla Polonia verso l'Italia: mezzi di trasporto (4,432 mld di €), alimentari e bevande (2,261 mld di €), prodotti metallurgia (1,536 mld di €), apparecchi elettrici (1,353 mld di €), articoli gomma e plastica (1,119 mld di €).

caratterizzato da un elevato grado di instabilità politica ed economica a livello globale, avere punti di riferimento locali affidabili è la via per supportare le nostre imprese nelle loro attività internazionali". "La scelta della Polonia è rilevante -

Polonia settimo mercato delle esportazioni italiane e quarto Paese per l'import. L'interscambio commerciale è di circa 36 miliardi di euro

ha proseguito Garosci - non solo per le potenzialità del mercato, ma anche per il ruolo che il nostro Paese potrà avere nel processo di ricostruzione del tessuto economico ucraino che, grazie all'ingresso di Confcom-

mercio nella Cabina di Regia del Governo italiano per la ricostruzione dell'Ucraina, potrà coinvolgere anche le imprese del nostro sistema. L'apertura di Aice Poland è stata resa possibile grazie al lavoro di Franco Aprile, presidente di Confcommercio International Genova e nostro consigliere, che ha messo a disposizione il suo grande patrimonio di conoscenza della Polonia, nella quale opera da diversi anni".

Inaugurazione Aice Poland: nella foto, da sinistra, Franco Lemme (direttore Agenzia ICE Polonia); il parlamentare Emanuele Loperfido (Commissione Esteri di Montecitorio); l'Ambasciatore d'Italia in Polonia Luca Franchetti Pardo; il presidente di Aice Poland (e consigliere Aice con delega per l'Europa Centro-Orientale) Franco Aprile; Riccardo Garosci, presidente Aice e vicepresidente Confcommercio (e Confcommercio MiLoMB) con delega all'internazionalizzazione

Inaugurata a Varsavia Aice Poland: la prima sede di rappresentanza all'estero di Aice, l'Associazione italiana commercio estero, aperta a tutto il sistema di imprese che fa riferimento a Confcommercio. Aice Poland - neocostituita associazione di diritto polacco i cui uffici si trovano in una zona centrale di Varsavia: Ul. Miedzynarodowa 31a-32 - è stata inaugurata con l'Ambasciatore d'Italia in Polonia Luca Franchetti Pardo, il presidente Aice e vicepresidente Confcommercio con delega all'internazionalizzazione Riccardo Garosci, il presidente di Aice Poland e consigliere Aice con delega per l'Europa Centro-Orientale Franco Aprile, il direttore Agenzia ICE Polonia Franco Lemme e il parlamentare Emanuele Loperfido (Commissione Esteri di Montecitorio). In una lettera inviata in occasione dell'inaugurazione Mauro Battocchi, direttore generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, ha rilevato come la Polonia costituisca il settimo mercato di destinazione delle esportazioni italiane e il quarto Paese per le importazioni.



A Seveso, presso la sede dell'Associazione territoriale Confcommercio, con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Innova 21 e Confartigianato, si è svolto l'evento "Energia rinnovabile, autoconsumo diffuso e CER". Un incontro importante, dedicato alle imprese, per approfondire i temi legati alla transizione energetica e alla sostenibilità, con particolare focus sull'energia rinnovabile e le Comunità Energetiche Rinnovabili (CER).

L'apertura del tavolo di confronto ha visto la presenza del Comune di Seveso con il sindaco Alessia Borroni che ha sottolineato l'importanza del tema energia.

All'incontro – moderato da Fabio Armanasco di Kairoscope - ha partecipato il Team Energia di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Ezio Geloni ed Isabella De Roberto ed ha partecipato per Regione Lombardia Dino De Simone (Aria Spa), che ha approfondito le prospettive istituzionali e le strategie regionali legate alla promozione delle energie rinnovabili e all'implementazione di politiche per l'autoconsumo diffuso.

Le pmi hanno avuto l'opportunità di interloquire direttamente con i rappresentanti delle associazioni condividendo le proprie esperienze e necessità. In particolare, le discussioni si sono concentrate sulle comunità energetiche e sulle loro ricadute sociali, evidenziando l'importanza di un approccio inclusivo e partecipativo nella transizione verso un sistema energetico più sostenibile. L'evento si è dimostrato un momento di incontro prezioso per la comunità locale e per tutti coloro che si impegnano nell'adozione di soluzioni innovative per il futuro



energetico. I risultati emersi potranno contribuire ad orientare azioni concrete verso una sempre più ampia diffusione dell'energia rinnovabile e un'economia più verde e inclusiva.

Energia rinnovabile, autoconsumo diffuso e CER (Comunità Energetiche Rinnovabili) In Confcommercio Seveso l'incontro con le pmi

MELEGNANO: I PREMIATI DEL CONCORSO VETRINE DEL PERDONO - A Melegnano, nell'ambito delle iniziative per la 461° Fiera del Perdono, si è svolto il concorso vetrine del Perdono. Vincitore assoluto il negozio di elettrodomestici "SANTI LUIGI & C. SNC", in via Frisi. Primo classificato per il settore alimentare è "PANETTERIA VITALI" di via Veneto. Al secondo posto "La Casa Del Pane" di piazza Risorgimento e, terzo classificato, la "Pasticceria Lombardia" di via Lombardia. Per il settore non alimentare primo classificato è risultato "ARTEMISIA DESIGN" di piazza Scholl, al secondo posto la "Gioielleria Airoidi" di via Conciliazione e, al terzo posto, "Stile - Libero" di via Veneto.

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

Elta rinnovata la convenzione Confcommercio

Condizioni molto favorevoli per i soci fedeli

Milano, Lodi, Monza e Brianza – Intesa Sanpaolo sulle condizioni di conto corrente:

- per i soci fedeli (qui: https://www.confcommerciomilano.it/export/sites/unione/doc/impresa_persona/banche/INTESA-SANPAOLO-SOCI-FEDELI.pdf)
- per i soci ordinari (qui: https://www.confcommerciomilano.it/export/sites/unione/doc/impresa_persona/banche/INTESA-SANPAOLO-SOCI-ORDINARI.pdf)

Condizioni molto favorevoli, per i soci fedeli, in merito alla Commissione Disponibilità Fondi (CDF) - Percentuale applicata sul fido secondo il Rating del cliente (A - B - C - D)

- rating **A**: 0,20 p.p.
- rating **B**: 0,25 p.p.
- rating **C**: 0,35 p.p.
- rating **D**: 0,40 p.p.

Rinnovata la convenzione tra Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza e Intesa Sanpaolo sulle condizioni di conto corrente



La convenzione (scadenza 30 aprile 2024) è stata rinnovata fino al 30 giugno 2025, alle medesime condizioni degli ultimi due anni. (RF)

In Confcommercio Milano

Assofranchising: il 21 giugno presentazione dei dati del Rapporto AIF 2024

E'in programma venerdì 21 giugno in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, MM1 Palestro) la terza edizione del convegno



annuale di Assofranchising, occasione per presentare i dati del Rapporto AIF 2024. Ogni euro investito dal comparto del franchising genera 2,8 euro per l'intera economia nazionale ed è di oltre 37 miliardi di euro il valore aggiunto generato dal comparto. A dirlo è il recente studio di Nomisma realizzato per conto di Assofranchising. (SM)



IL 20 MAGGIO FORMATERZIARIO CELEBRA I QUARANT'ANNI - E' in programma lunedì 20 maggio a Milano in viale Murillo 17 la manifestazione per il 40esimo di Formaterziario. Nell'immagine la locandina.



NUOVO IMPULSO ALLE RELAZIONI INTERNAZIONALI GRAZIE ALL'ACCORDO TRA AICE E IL CLUB DELLE AGENZIE ESTERE DI PROMOZIONE ECONOMICA ATTIVE IN ITALIA

(Su Aice vedi anche a pagina 29 n.d.r.)

Il Club delle Agenzie estere di promozione economica attive in Italia e Aice, l'Associazione italiana commercio estero, hanno siglato un accordo di collaborazione con l'obiettivo di favorire le relazioni economiche tra le aziende

italiane e le realtà delle aree geografiche rappresentate, al fine di promuovere e sostenere in modo ancora più efficace le opportunità che i mercati esteri possono offrire al sistema economico italiano, sia in termini di interscambio commerciale, sia in termini di attrazione degli investimenti. Le Agenzie di promozione economica presenti con i propri uffici in Italia – spiega Aice - rappresentano un ampio ventaglio di Paesi e Regioni che possono proporre nuove opportunità di business e assistere le aziende italiane con servizi specializzati. Il Club, di recente costituzione, ha al momento un'adesione di circa trenta agenzie nazionali e regionali, ed è aperto ad accogliere tutte le agenzie straniere con una sede permanente in Italia.

L'accordo prevede che il Club delle Agenzie estere di promozione economica abbia una propria domiciliazione presso la sede di Aice a Milano, tramite la quale sarà ottimizzata la promozione e la diffusione di informazioni e opportunità di business.

Agenti FNAARC: L'AVVOCATO AGOSTINO PETRIELLO PREMIATO DALL'ORDINE DEGLI AVVOCATI DI MILANO PER I 50 ANNI DI ATTIVITA' PROFESSIONALE

Agenti FNAARC, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio, segnala il riconoscimento all'avvocato Agostino Petriello (che collabora con la Federazione da circa 40 anni ed ha partecipato alla stesura dei vari Accordi Economici Collettivi che disciplinano l'attività degli agenti e rappresentanti) premiato dall'Ordine degli Avvocati di Milano con la medaglia d'oro per i suoi 50 anni di attività professionale. All'avvocato Petriello le congratulazioni del giornale.



Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza e Banca Sella Rinnovata la convenzione



Rinnovata la Convenzione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Banca Sella per:

Sella

▲ servizio di Acquiring e locazione Pos e il servizio Acquiring e-commerce. Costo dispositivo Pos e commissioni sul transato, queste ultime con condizioni diversificate per "soci fedeli" e "soci ordinari", con appoggio su conto corrente Banca Sella o altra banca. Condizioni Pos per e-commerce e Pay By Link: servizio per offrire ai propri clienti un metodo di pagamento alternativo, semplice e immediato, attraverso l'invio di un'email contenente il link di pagamento o mostrando un codice QR su un dispositivo dell'imprenditore.

Appago
the easy way to pay

◀ APPpago. Servizio di cessione del credito pro soluto, una formula di dilazione di pagamento per SmartPos.

Per ulteriori informazioni o per ricevere l'attestato di "socio fedele" o "socio ordinario" da consegnare a Banca Sella, inviare un'email alla propria associazione di riferimento oppure a marketing@unione.milano.it indicando ragione sociale, partita Iva e numero di telefono (questa è l'unica procedura per attivare la convenzione).

INTESA SANPAOLO

Rinnovata la convenzione fra Confcommercio e Intesa Sanpaolo su Pos e micropagamenti

E' stata rinnovata la convenzione Confcommercio - Intesa Sanpaolo sui Pos e i micropagamenti.

Tra le principali condizioni economiche agevolate:

- ▶ il rimborso delle commissioni sulle transazioni di importo inferiore o uguale a 10 euro (micropagamenti), fino al 31.12.2024, a favore delle micro e piccole imprese in possesso dei requisiti previsti. E' stata ampliata la platea dei beneficiari ammissibili: per gli associati è riservata un'estensione delle soglie di fatturato (600.000 euro) e di transato (300.000 euro) oltre all'assenza del limite massimo di rimborso delle commissioni addebitate con periodicità mensile;
- ▶ la gratuità del canone mensile di nuovi SoftPos aggiuntivi e Pos Virtuale XPay Web per 12 mesi, oltre ad agevolazioni sul canone di SmartPos Mini e SmartPos Cassa + per 12 mesi;
- ▶ specifiche commissioni sul transato, a valere su Pos fisici e virtuali, per pagamenti effettuati fino al 31.12.2024 con carte Visa, Mastercard, PagoBANCOMAT® e Maestro;
- ▶ la gratuità del canone delle carte di pagamento "Carta Debit Plus" e "Carta Credit" fino al 31.12.2024.

Per ricevere l'attestato di socio da consegnare presso una filiale di Banca Intesa Sanpaolo per attivare la convenzione, inviare un'email di richiesta alla propria Associazione o all'indirizzo marketing@unione.milano.it indicando ragione sociale e partita Iva.

Il dettaglio sulle commissioni Pos e micropagamenti e sulle condizioni economiche della convenzione su www.confcommerciomilano.it



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

spin
SPORTELLO
INNOVAZIONE
EDI CONFCOMMERCIO

Espandi o avvia il tuo **business online** con l'aiuto dello **Sportello Innovazione SPIN** di Confcommercio Milano

Che tu sia già un imprenditore o stia per diventarlo, il nostro **Sportello Innovazione** ti aiuterà ad **avviare** o ampliare le potenzialità del tuo **business** con il **digitale**.



Ti **supportiamo** a partire da:

- ✓ le **piattaforme** da scegliere per ottenere **visibilità** o **vendere online**
- ✓ la definizione e **ottimizzazione** del **budget** - piccolo o medio-alto - da **investire**
- ✓ la scelta dei **fornitori** più **adatti** alle tue esigenze
- ✓ quali **canali** utilizzare per farti **conoscere online**

Prenota una consulenza personalizzata e gratuita con il nostro Sportello per presentarci le **esigenze digitali** della tua azienda.





Promo.Ter Unione

ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI
E DELLE PROFESSIONI



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



**Paghe/Contributi
e Sicurezza nei
luoghi di lavoro
SENZA PENSIERI!**

**SCOPRI
PROMO.TER
e tutti i suoi
vantaggi!**

SCONTO del 10%

sul costo del cedolino **PER 3 ANNI**
e **CONSULENZA E ASSISTENZA**
GRATUITA su tutti i servizi per la
gestione dei tuoi dipendenti.

Le promozioni sono valide anche per le aziende già socie che non hanno ancora nessun servizio di Promo.Ter. Per i soci che hanno già aderito a uno dei due servizi, è valida solo la promozione per l'eventuale servizio aggiuntivo.

Promo.Ter Unione - Ente per la promozione e lo sviluppo di commercio, turismo, servizi e professioni di **Confcommercio Milano**.

libri.paga@unione.milano.it
tel. 02.7750.252/503

club.sicurezza@promoter-confcommerciomilano.it
tel. 02-7750.590/591

Corso Venezia 47, Milano

<https://promoterunione.it/promozione>