

Unione informa



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Completate le cariche sociali

Giunta Esecutiva e vicepresidenze

Consiglieri incaricati

Cooptazioni Consiglio Direttivo

Consulta del presidente



Milano e il turismo:
nei primi quattro mesi 2023
oltre 2,5 milioni di visitatori

GUIDA CONVENZIONI 2023

OGNI GIORNO
CERCHI, TROVI
RISPARMI

Scopri la Guida Convenzioni 2023

Agevolazioni, gare
e corsi di formazione
per sostenere il tuo sviluppo!

fasi.eu

Convenzione Confcommercio Milano
30% di sconto per i soci

via Reno, 21 Roma 00198 Italia
info@fasi.eu | Tel +39 06 833 98 803



250 caratteri di confcommercio



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

Se infatti, da un lato, questi anni di emergenza continua hanno lasciato nella società una specie di reticenza nel pensare al futuro, dall'altro, conoscenza, consapevolezza, formazione, in una parola: cultura, sono diventate il vantaggio competitivo forse più importante nel mercato e nella vita.



"LIBRI IN VERANDA" (CONVERSAZIONI D'IMPRESA) Con il libro "L'amministratore (de)legato" di Lauro Venturi (Edizioni Guerini) "perché la media impresa non assumerà mai general manager tradizionali", si è aperto in Confcommercio Milano il nuovo ciclo di "Libri in Veranda" (Conversazioni d'impresa). L'iniziativa è promossa da Impresa Cultura Milano (Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza). Nella Veranda Liberty di Palazzo Castiglioni (foto di Federico Giusti) ha aperto i lavori il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e la successiva discussione, assieme all'autore, ha visto impegnati Gianfranco Dioguardi e Francesco Varanini con la partecipazione di Alberto Meomartini.

LIBRI IN VERANDA
CONVERSAZIONI D'IMPRESA
Edizione 2023

LAURO VENTURI
L'AMMINISTRATORE (DE)LEGATO
24 MAGGIO - ore 17.30

AMANDA COLOMBO
MENO MALE CHE CI SIETE VOI
18 LUGLIO - ore 17.30

SERGIO MASSIRONI
FARE E PENSARE
14 SETTEMBRE - ore 17.30

MATTEO GORINI
LA MAPPA DELLA SCELTA
12 OTTOBRE - ore 17.30

Palazzo Castiglioni
C.so Venezia, 47
Veranda - 1° piano

Posti limitati - per iscrizioni:
imaraaculturamilano@unione.milano.it



- Ecco i successivi appuntamenti di "Libri in Veranda":**
- "Meno male che ci siete voi" di Amanda Colombo (18 luglio);
 - "Fare e pensare" di Sergio Massironi (14 settembre);
 - "La Mappa della Scelta" di Matteo Gorini (12 ottobre).





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**





Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza Completate le cariche sociali



Il presidente Carlo Sangalli

Con le decisioni assunte nella prima riunione del

Consiglio Direttivo del 29 maggio sono state completate le cariche sociali di

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza dopo la rielezione per

acclamazione,

da parte dell'Assemblea, di Carlo

Sangalli alla presidenza e l'elezione del

Direttivo, del Collegio dei

Revisori dei

conti e del Collegio dei Provisori per il periodo 2023-2028 (vedi *Unioneinforma di aprile a pagina 2 n.d.r.*). Su

proposta del presidente Carlo Sangalli è stata nominata la nuova

Giunta Esecutiva dell'Organizzazione con i vicepresidenti (con i relativi

incarichi). Nominati anche i consiglieri incaricati. Cooptati in Consiglio

Direttivo nuovi componenti e definita la composizione della Consulta del

presidente.



La nuova Giunta Esecutiva, i vicepresidenti, i consiglieri incaricati, le cooptazioni nel Consiglio Direttivo, la composizione della Consulta del presidente

Giunta Esecutiva

Presidente: Carlo Sangalli

Componenti: Vincenzo Albanese (*vicepresidente*, presidente FIMAA Milano Lodi Monza Brianza); Umberto Bellini (*vicepresidente*, presidente Asseprim); Simonpaolo Buongiardino (*vicepresidente*, presidente Assomobilità); Marco

Coldani (*vicepresidente*, presidente AssICC); Riccardo Garosci (*vicepresidente*, presidente Aice); Gabriel Meghnagi (*vicepresidente*, presidente Ascobaires); Carlo Alberto Panigo (*vicepresidente*, presidente Associazione territoriale Confcommercio di Rho); Alessandro Barbone (presidente

Associazione territoriale Confcommercio di Vimercate); Andrea Colzani (presidente Federmoda Milano e presidente Gruppo Giovani Imprenditori); Giacomo Errico (presidente Apeca); Paolo Ferrè (presidente Associazione territoriale Confcommercio di Legnano); Emanuele Frontori (presidente Associazione territoriale Confcommercio del Basso Lodigiano); Paola Generali (presidente Assintel); Caterina Ippolito (presidente Associazione territoriale Confcommercio di Melegnano); Maurizio Naro (presidente Federalberghi Milano); Giorgio Pellegrini (presidente dell'Associazione macellai); Domenico Riga (presidente Associazione territoriale Confcommercio di Monza e Circondario); Lino Enrico Stoppani (presidente di Epam).

Alle sedute della Giunta Esecutiva partecipano i consiglieri con incarico, i componenti della Consulta del presidente, il vicepresidente vicario di 50&Più Milano e i presidenti del Gruppo Terziario Donna e del Gruppo Giovani Imprenditori.

▶ ▶ ▶ segue a pag. 5 ▶ ▶ ▶



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.



▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶



I consiglieri incaricati

Andrea Colzani (*amministrazione*); Paolo Ferrè (*credito e finanza*); Fabio Moroni (*sicurezza, abusivismo e contraffazione*); Francesco Wu (*imprenditorialità straniera*).

Foto in queste pagine di Mattia Dognini

Consiglio Direttivo: cooptazioni

Emilio Appiana (*presidente Ascomsport*); Giuseppe Freri (*presidente Ascomed*); Gianfranco Gentile (*presidente Associazione dettaglianti ortofrutticoli*); Maurizio Governa (*presidente Assomoda*); Giuseppe Legnani (*presidente Associazione territoriale Confcommercio dell'Adda Milanese*); Emanuele Marinoni (*presidente Fit Milano*); Gabriel Meghnagi (*presidente Ascobaires e vicepresidente vicario Federmoda Milano*); Remo Ottolina (*presidente onorario Altoga*); Angelo Sirtori (*per Fai Milano*); Francesco Wu (*consigliere Epam*).

La Consulta del presidente

Coordinatore: Adalberto Corsi.

Componenti: Dario Bossi, Giuseppe Freri, Fabrizio Gironi, Lionella Maggi, Remo Ottolina, Luca Squeri.

Le vicepresidenze



▲ Vincenzo Albanese, vicepresidente con incarico sulla rigenerazione urbana



▲ Umberto Bellini, vicepresidente con incarico di Coordinatore degli Enti bilaterali facenti capo a Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza



▲ Simonpaolo Buongiardino, vicepresidente con incarico alla mobilità



▲ Marco Coldani, vicepresidente con l'incarico alle politiche per la sostenibilità e l'ambiente



▲ Riccardo Garosci, vicepresidente con incarico all'internazionalizzazione e al commercio estero



▲ Gabriel Meghnagi, vicepresidente con l'incarico a presiedere la rete associativa vie milanesi con il Coordinamento dei Distretti Urbani del Commercio di Milano



▲ Carlo Alberto Panigo, vicepresidente con incarico dell'Area metropolitana di Milano e delle Province di Monza Brianza e Lodi



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

Un supporto continuo per **consulenza finanziaria e bandi**

Scopri come Confcommercio Milano può **aiutare** la tua **azienda** ad ottenere **finanziamenti** e partecipare ai bandi

Se sei alla **ricerca** di **finanziamenti** per la tua azienda e vuoi restare aggiornato sui **bandi** messi a disposizione dagli **Enti** e dalle **Istituzioni locali, regionali, nazionali** ed **europee**, Confcommercio Milano è qui per te.

Grazie alla nostra **consulenza personalizzata**, saremo in grado di segnalarti le **opportunità** più interessanti per il tuo settore e di assisterti nella **preparazione** della **documentazione** necessaria per accedere ai bandi.

Inoltre, ti offriamo **consulenza creditizia** e **finanziaria** per aiutarti ad accedere a credito a **tassi agevolati** o a sfruttare vantaggiose **convenzioni bancarie**.



Prenota una consulenza.

Con noi avrai sempre una fonte di informazioni chiare e aggiornate, e un **supporto concreto** per lo **sviluppo** dei tuoi **progetti** di **investimento**.



L'asset sostenibilità affrontato assieme a digitalizzazione e formazione alla vendita

Distribuzione edile: green e riciclo al convegno Sercomated 2023

Si è incentrato su "digitalizzazione, sostenibilità e formazione alla vendita: gli asset per la competitività della distribuzione edile" il convegno Sercomated 2023 "Nell'era del Post Bonus" svoltosi in Confcommercio Milano (Sercomated è la società creata da Federcomated, la Federazione dei distributori di materiali per l'edilizia) e aperto dal presidente di Federcomated Giuseppe Freri e il presidente di



Convegno Sercomated: foto di Federico Giusti e Silvia Migliavacca

Sercomated Luca Berardo. Fra i temi affrontati, nel panel sostenibilità ed economia circolare, le opportunità di business del riciclo con il progetto del Consorzio Rec (Recupero edilizia circolare - Rec è il primo Consorzio di rivenditori materiali per l'edilizia per la raccolta dei rifiuti da costruzione e demolizione) che promuove il recupero della carta dei packaging dei prodotti per l'edilizia.

Inflazione e segnali di rallentamento Sostenere il potere d'acquisto delle famiglie

Il punto

Il ruolo del commercio a Milano è in una continua fase di implementazione grazie ad una preparazione professionale di buona qualità, sia dei titolari degli esercizi sia dei loro collaboratori. Dal negozio di vicinato a quello del quadrilatero, pur nella differenziazione dei prodotti e della proposta commerciale, viene soddisfatta ogni tipo di clientela. Il Covid aveva profondamente inciso sul commercio al dettaglio, riducendo di oltre 20 punti il fatturato 2021 in confronto al 2019, una flessione che non aveva avuto precedenti così marcati. Già nella prima parte del 2022 la ripresa è stata rilevante per poi consolidarsi nell'intero 2022, grazie ai milanesi e allo straordinario boom turistico, che persiste tutt'ora e che alimenta in modo perentorio il commercio nel quadrilatero. Purtroppo, da inizio anno si intravedono segnali di rallentamento già dal secondo centro e, soprattutto, nelle periferie. L'inflazione morde e il potere di acquisto della grande maggioranza delle famiglie continua nella sua discesa: le previsioni di un ritorno dell'inflazione al 2% parlano di 2026, ovvero tra circa 1.000 giorni. Servirebbe una complessa azione di sostegno ai redditi

da lavoro dipendente, senza che essa venga a gravare sulle imprese, almeno per quelle di piccole dimensioni che, nel commercio, sotto forma giuridica di capitali o persone, sono la quasi totalità. La marginalità è già in contrazione e aggravarla di maggiori costi risulterebbe insostenibile. La riforma fiscale, in fase di generazione entro il prossimo anno, potrebbe essere il viatico per rifocillare il potere di acquisto dei redditi sotto i 50 mila euro, che sono oltre il 90% dei contribuenti, riducendo di almeno 5 punti l'aliquota fiscale, operazione realizzabile solo nel caso il Pil cresca di almeno il 2% all'anno. D'altronde, se non si rilancia il potere di acquisto, i consumi, in larga misura, scenderebbero rapidamente, incidendo in misura extra large sulla crescita.



Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



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**:



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

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



Import-export: verifica dei soggetti coinvolti nelle transazioni internazionali

La Direzione Settore Commercio Estero di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, in collaborazione con lo Studio Del Nevo, mette a disposizione delle aziende associate un importante servizio di screening sui soggetti coinvolti nelle transazioni internazionali. Attualmente, a causa delle numerose misure restrittive contro società e persone, è necessario per gli operatori tutelarsi da eventuali violazioni dei divieti soggettivi (come, ad esempio, l'art. 5-bis del Reg. 833/2014 verso la Federazione Russa) effettuando un'indagine delle proprie controparti commerciali per evitare

Servizio di screening della Direzione Settore Commercio Estero di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza. Quote agevolate per le aziende associate



E' possibile ricevere assistenza inviando la richiesta a commercio.estero@unione.milano.it

sanzioni amministrative e penali.

In particolare, il servizio prevede l'elaborazione di un report dettagliato della controparte, comprensivo dell'analisi dei possibili soggetti collegati, entità fisiche o giuridiche rispetto ai regimi sanzionatori, cautelari o interdittivi, emanati da oltre 120 Paesi e giurisdizioni. Il servizio viene erogato a quote agevolate alle aziende associate. (FG)

Fnaarc: con l'alluvione colpita l'intera filiera degli agenti e rappresentanti di commercio

“Piena solidarietà” alle popolazioni colpite dall'alluvione in Emilia Romagna e nelle Marche è stata espressa da Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio, con il presidente Alberto Petranzan. Fnaarc, in raccordo con le sedi regionali, si è mobilitata per poter dare un supporto a tutti gli agenti e rappresentanti di commercio colpiti dalla calamità: assistenza per la richiesta di contributi che Enasarco (l'ente di previdenza degli agenti di commercio e dei consulenti finanziari) mette a disposizione degli iscritti che operano e vivono nelle zone interessate dalle esondazioni. Viene inoltre fornita una consulenza contrattualistica per eventuali problemi emersi nel rapporto con le case mandanti. “La priorità è quella di mettere in sicurezza la popolazione delle zone colpite e dare un tetto a chi non lo ha più. Per quanto riguarda la



CONFCOMMERCIO TERRITORIALE MAGENTA E CASTANO PRIMO: ACCORDO CON I LIONS PER AIUTI ALLE ZONE ALLUVIONATE. IMPRESE ASSOCIATE PUNTI DI RACCOLTA DEI BENI DA INVIARE - Accordo di collaborazione tra l'Associazione territoriale Confcommercio di Magenta e Castano Primo e il Distretto Lions 108ib4 della Città Metropolitana di Milano per favorire l'afflusso di beni di prima necessità – mediante il coinvolgimento di imprese associate del Magentino come punti di raccolta – nelle zone dell'Emilia Romagna colpite dall'alluvione.



Alberto Petranzan, presidente di Fnaarc

nostra categoria, è l'intera filiera ad essere colpita – ha sottolineato Petranzan – oltre agli agenti di commercio residenti nelle zone alluvionate, occorre infatti considerare anche coloro che, seppur indirettamente, hanno visto i propri affari penalizzati dalla catastrofe. Per questo crediamo che nei provvedimenti d'aiuto per il sistema economico, sia da parte del Governo che da parte di Enasarco, si debbano comprendere anche gli agenti e rappresentanti di commercio, e tutti gli operatori economici, che non sono di quei territori, ma vi lavorano abitualmente, sviluppando il loro fatturato prevalente con le aziende mandanti o i clienti dei territori colpiti”.



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

Scopri come ottenere la **Certificazione** per la **Parità di Genere**

Una scelta giusta
per **vantaggi
concreti**.



L'impegno per la **parità di genere** non è solo un **valore fondamentale** per la **società**, ma rappresenta anche un **vantaggio economico** per le **imprese**.

Confcommercio Milano in collaborazione con **un Partner specializzato** offre **consulenza personalizzata** per ottenere la **certificazione di parità di genere** rilasciata da **Uniter**.

La certificazione attesta l'applicazione di misure per **ridurre il divario** di genere in azienda e permette di accedere a **sgravi contributivi previdenziali** fino a 50mila euro annui.

Le **imprese certificate** possono ottenere **vantaggi competitivi** come:

- ✓ **facilitazioni** nell'accesso a **bandi** di finanziamento e **gare** pubbliche
- ✓ maggiore **reputazione** sul mercato.

Prenota un appuntamento
presso il nostro **Sportello Parità
di Genere**.



Dati su Milano dall'edizione 2022

Attività commerciali: compravendita e affitti Il Listino dei Prezzi delle Aziende di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

Valore delle attività commerciali, costo degli affitti: i dati emergono dal Listino dei Prezzi delle Aziende ideato e redatto da FIMAA Milano, Lodi, Monza Brianza. Nell'edizione 2022 il Listino di FIMAA MiLoMB fotografa l'evoluzione del mercato: è un prezioso strumento di lavoro – rileva l'Associazione - per quanti vogliono vendere o comprare un'attività. I dati pubblicati sono il risultato delle rilevazioni condotte da una rete di agenti mediatori, associati FIMAA MiLoMB, sulla base di contrattazioni perfezionate dagli stessi operatori e dalla loro rete di collaboratori. Pubblicato con scadenza annuale dal 1998 (cioè dall'entrata in vigore della Legge Bersani n. 114 di liberalizzazione delle attività commerciali) il Listino

dei Prezzi delle Aziende di FIMAA MiLoMB riguarda, oltre che Milano, anche Monza. Il Listino di FIMAA MiLoMB

prende in esame pubblici esercizi, imprese artigiane, attività commerciali alimentari e non alimentari. Nel Listino sono riportati il valore delle buonuscite e quello degli affitti dei negozi che si trovano nelle vie di maggiore rilevanza commerciale delle due città capoluogo. I valori indicati tengono conto dell'avviamento commerciale dell'azienda, dei cespiti e delle dilazioni di pagamento, secondo gli usi della zona, e sono rappresentativi della media dei prezzi di mercato riferiti dagli agenti rilevatori.

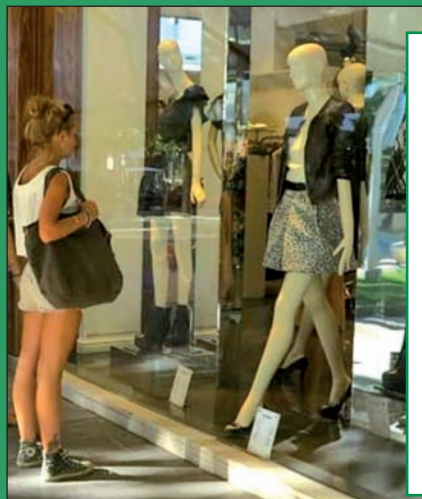
BAR E RISTORANTI - Per quanto riguarda i pubblici esercizi, a Milano nel 2022 è stata scarsa la domanda di chi ha aperto bar, tavole fredde e calde. Al contrario, l'offerta, cioè il numero di imprenditori desiderosi di vendere l'attività, è risultata elevata. Il prezzo di listino di un bar, tavola calda, tavola fredda con l'arredamento e l'attrezzatura in buono stato, è stato pari al 50-80% dell'incasso annuo, se l'esercizio si trovava in un'ubicazione primaria, al 30-50% altrove. È risultata elevata anche l'offerta di pizzerie, trattorie e ristoranti, mentre la domanda, cioè il numero di aspiranti imprenditori in questa specifica attività, è risultata discreta. Il prezzo di ristoranti, pizzerie e trattorie è stato pari al 50-60% dell'incasso annuo se l'esercizio si trovava in un'ubicazione primaria, il 30-40% altrove. Le ubicazioni vengono ritenute "primarie" rispetto al tipo di attività svolta (non sono necessariamente vie commerciali).



BUONUSCITE - Le buonuscite definiscono il valore della posizione commerciale e sono una forma di risarcimento per la cessazione della propria attività che il conduttore di un negozio richiede a colui che è interessato ad occupare lo spazio commerciale, escludendo l'acquisto dell'azienda. Riguardano un numero limitato di negozi, quelli ubicati nelle posizioni commerciali più esclusive e, in alcuni casi, possono raggiungere valutazioni elevate. A Milano, secondo quanto rilevato dal Listino delle Aziende di FIMAA MiLoMB, le buonuscite possono raggiungere valori compresi fra i 2 e i 6 milioni di euro in via Montenapoleone e in corso Vittorio Emanuele II, fra 1 e 2 milioni di euro in via della Spiga, fra 400.000 euro e 1 milione di euro in via Dante e fra 250mila e 800mila euro in corso Buenos Aires.

CANONI DI LOCAZIONE DEI NEGOZI

- Gli affitti costituiscono una delle principali voci di spesa nella gestione delle aziende. La crescita dei valori immobiliari ha generato un aumento dei canoni di locazione che spesso non trova un incremento equivalente nei fatturati delle aziende creando così uno scompenso economico. Nel 2022, il Listino di FIMAA MiLoMB ha rilevato via Montenapoleone come la zona più cara di Milano con un costo d'affitto di 3/4.500 euro al metro quadrato all'anno. Seguono corso Vittorio Emanuele II (3/4.000 €/mq), corso Venezia e via della Spiga (1.500/3.000 €/mq).



PUNTI VENDITA NON ALIMENTARI

- Tra gli esercizi commerciali non alimentari, gli esperti di FIMAA MiLoMB hanno registrato, a Milano, una domanda scarsa per le edicole con chiosco e le cartolerie/librerie, moderata per i negozi di abbigliamento e calzature, per le profumerie e le bigiotterie. Domanda elevata, invece, per le farmacie e sostenuta per le autorimesse i cui prezzi sono stati pari, rispettivamente, al 110-150% e al 200-300% dell'incasso annuo.



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA



A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



**ENTE MUTUO
REGIONALE**
ASSISTENZA SANITARIA



UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



**SENZA
ATTESE**



**SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%**



**ASSISTENZA
24/7**



**DETRAIBILITÀ
FISCALE**



**NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO**

L'era delle dimissioni Il 44% vuole lasciare anche tra i "boomer" «Cerchiamo la felicità»

Il 56% è soddisfatto ma cresce la quota di chi punta a una svolta radicale
Le aziende corrono ai ripari: investimenti sul welfare per trattenere risorse

LA RICERCA

Il mercato del lavoro e le sue evoluzioni
Sondaggio realizzato su dipendenti e liberi professi

«La pandemia ha modificato il mondo del lavoro - spiega l'assessora alle Politiche del lavoro del Comune di Milano, Alessia Cappello - e non si può tornare indietro. La grande opportunità

cucuzioni sull'indotto, visto che il 25% del fatturato di un pubblico esercizio è dato dalla pausa pranzo e Milano accoglie fino a 800mila pendolari al giorno. Tornando alla ricerca, con i dati

Foto dell'evento "Il lavoro che cambia" di Federico Giusti



Lavoro che cambia e "felicità" L'evento in Confcommercio Milano

In Confcommercio Milano "Il lavoro che cambia", evento con l'Associazione Ricerca Felicità e l'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile (promosso da LifeGate): sono stati presentati i dati 2023 dell'Osservatorio BenEssere Felicità. All'iniziativa hanno partecipato - con Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - Elisabetta Dallavalle, presidente dell'Associazione Ricerca Felicità; Elga Corricelli, co-founder Ricerca Felicità; Simona Roveda, direttore editoriale e comunicazione di LifeGate. Contributo video di Alessia Cappello, assessore al Lavoro e allo Sviluppo Economico del Comune di Milano.



Con l'Associazione Ricerca Felicità e l'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile (promosso da LifeGate): presentati i dati 2023 dell'Osservatorio BenEssere Felicità

Il mondo del lavoro sta cambiando: i dati del Barometro della felicità

I dati dell'indagine

Il 56% è soddisfatto del proprio lavoro, il 44% vorrebbe cambiarlo (era il 38,5% lo scorso anno). Tra gli aspetti più rilevanti nella scelta del posto di lavoro, secondo i dati 2023, al primo posto l'essere apprezzato-stimato che tocca il 44,7%, mentre l'amore per il proprio lavoro raggiunge il 37,8%. Al terzo posto l'essere stimolato alla crescita con il 30,2%. Importanti anche la flessibilità oraria (28,4%), la fiducia (23,7%) e il controllo di ciò che si fa (21,4%). Di contro, risultano meno importanti per la scelta elementi come il fare la differenza che si afferma all'11,6%, i collaboratori al 12,3% e l'essere allineati ai valori dell'organizzazio-

IL RAPPORTO DELL' OSSERVATORIO BENESSERE

Alla ricerca della felicità: pronto a cambiare lavoro 1 (quasi) pensionato su 4

Anche i «baby boomers» ora sono propensi a cercare qualcosa che dia più soddisfazione

Imprese, lavoro e sostenibilità

La sostenibilità è uno dei driver principali che guida le aziende e i brand nel fare business con una grande responsabilità verso i consumatori. Questi ultimi, infatti, come svelato dai dati dell'8° Osservatorio Nazionale sullo stile di vita Sostenibile, realizzato e promosso da LifeGate in collaborazione con Renato Mannheim di Eumetra, ritengono che i tre fattori principali per definire un'organizzazione realmente sostenibile siano rappresentati dalla sostenibilità dei processi produttivi (38% vs il 25% della Gen Z), dall'utilizzo responsabile delle risorse (33% vs il 28% della Gen Z) e dall'attenzione ai lavoratori (22% vs il 32% della Gen Z).

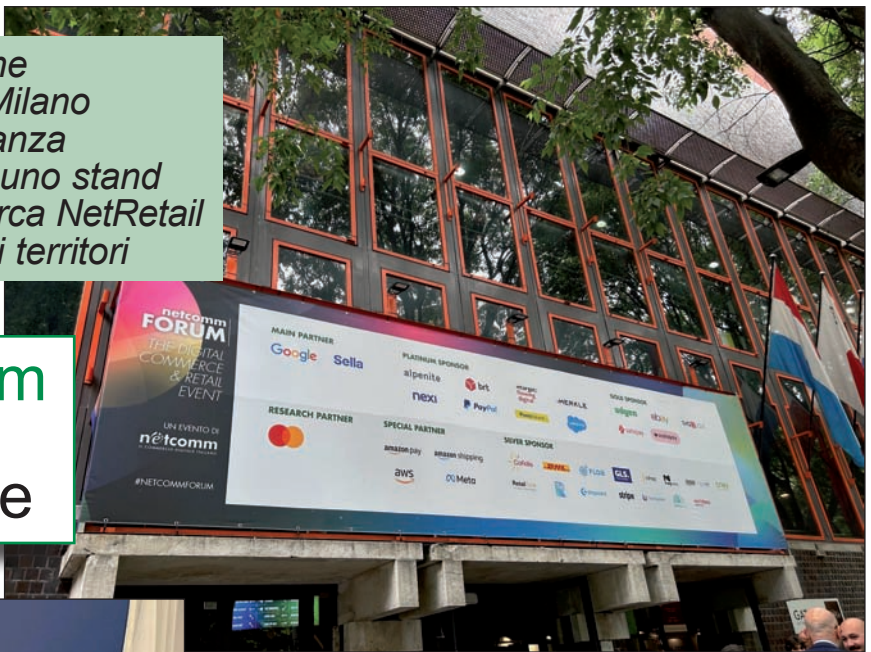
Lavoro, Confcommercio: "Il 56% è soddisfatto della propria attività, il 44% vorrebbe cambiarla"

ne (13%). Tra coloro che si dichiarano aperti a cambiare emergono, oltre ad esigenze di miglioramento economico, anche aspettative come

la soddisfazione dei bisogni, la valorizzazione delle capacità individuali e la percezione che il lavoro possa dare un senso alla loro vita. Al contrario, gli stessi aspetti sono riscontrabili nella loro attività, da chi non è intenzionato a cambiare lavoro.

La partecipazione di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza alla manifestazione con uno stand e la collaborazione alla ricerca NetRetail con un focus sui nostri territori

Netcomm Forum l'indagine sull'e-commerce



un focus specifico all'area metropolitana di Milano e alle province di Lodi e Monza Brianza. L'edizione 2023 dell'indagine è stata realizzata da Netcomm in collaborazione con BRT; Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; EDI Confcommercio; Oney; Banca Sella; Shopify e Storeis, ed è stata presentata in occasione di Netcomm Forum.

Nell'area metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza sono più di 3 milioni gli individui sopra i 15 anni che accedono regolarmente alla rete almeno una volta alla settimana, da ogni luogo e utilizzando un qualsiasi device. Tra questi, oltre l'80% ha fatto acquisti online nell'ultimo trimestre (2,5 milioni) e circa il 63% è un acquirente abituale dell'e-commerce (1,9 milioni) - cioè ha effettuato tre o più acquisti nei tre mesi - una media superiore al trend nazionale che si attesta al 59%. Gli acquisti online effettuati nei nostri territori riguardano una grande varietà di prodotti, fisici e digitali, ma negli ultimi sei mesi gli articoli più acquistati in rete risultano i prodotti per la salute e il benessere e i generi alimentari (acquistati almeno una volta rispettivamente dal 35% e dal 33% dei 2,5 milioni di acquirenti online). Si supera la media italiana anche per gli importi di spesa: lo scontrino medio degli acquisti online dei residenti nell'area metropolitana di Milano, Lodi, Monza Brianza è del 31% superiore rispetto a quello del totale Italia. In particolare, gli acquirenti abituali effettuano il 91% delle transazioni



Oltre 30.000 le presenze registrate quest'anno al Netcomm Forum, l'evento di riferimento per il digital retail, promosso da Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale in Italia (vedi *Unioneinforma* di marzo a pag. 17 n.d.r.). L'appuntamento, alla sua diciottesima edizione, ha avuto 3 conferenze plenarie; 175 workshop di approfondimento ed oltre 300 aziende sponsor ed espositori. Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza ha partecipato a Netcomm Forum con un proprio Stand (H24 - livello zero) e collaborato all'edizione 2023 di Netcomm NetRetail, la ricerca Netcomm che dal 2014 analizza il ruolo del digitale negli acquisti degli italiani e che quest'anno per la prima volta ha dedicato

re, gli acquirenti abituali effettuano il 91% delle transazioni

(In queste pagine anche foto di Federico Giusti e Silvia Migliavacca)



del trimestre con scontrino medio superiore alla media. A Milano, Lodi, Monza e Brianza si osserva una maggiore concentrazione di tutte le categorie di beni e servizi digitali - biglietti di viaggio e soggiorni vacanza, biglietti per eventi, food delivery, assicurazioni, coupon - categorie con uno scontrino medio superiore alla media. Tra i prodotti fisici si osserva invece una maggiore incidenza delle categorie legate al food: spesa alimentare, prodotti per la casa, cibi per animali (+8,5% rispetto al totale Italia) e prodotti di enogastronomia come vino, olio, prodotti dop, ecc. (+5,6% rispetto al totale Italia). Ogni nuovo percorso di acquisto parte dalla conoscenza dell'offerta e dall'esperienza già acquisita in precedenza. Quasi due terzi degli acquisti online sono effettuati presso



Roberto Liscia, presidente Netcomm

merchant sui quali si era già acquistato in precedenza mentre un acquisto su sette è il risultato di una ricerca online. Il percorso di acquisto degli utenti a Milano, Lodi, Monza e Brianza è tanto articolato quanto quello del totale Italia, sia quando si tratta di prodotti sia di servizi: si compone di touchpoint digitali (e non) e presidiati dalla marca (e non). In queste aree si osserva però una maggiore rilevanza dello

store fisico nel determinare la scelta di acquisto online di un prodotto: il 32% degli acquisti online di prodotti è preceduto da una visita in store (+3,7 rispetto al totale Italia). Prima di un acquisto online vengono consultati tra i 3 e i 4 touchpoint; il passaparola di persona è più diffuso di quello via social mentre il ricorso al consiglio sul sito dell'acquisto è un'esperienza limitata a meno di 1 acquirente su 6.

SALDI E PROMOZIONI: A NETCOMM L'INIZIATIVA DI FEDERMODA MILANO SULL'IMPATTO DEL NUOVO CODICE DEL CONSUMO SUL FASHION RETAIL TRA ONLINE E OFFLINE

- A Netcomm Forum Federmoda Milano ha promosso l'iniziativa "Saldi e promozioni: l'impatto del nuovo Codice del consumo su fashion retail tra online e offline" con tre elementi sui quali focalizzare l'attenzione dei retailer, a seguito delle modifiche al Codice del Consumo e con le imminenti promozioni estive: l'operatività in store, per la predisposizione di indicazioni di vendita chiare e semplici; la presenza online, con l'adeguamento dell'interfaccia e delle schede prodotto; il back-end, per apportare le modifiche a livello contrattuale e informativo in modo armonizzato, in un'ottica di integrazione dei diversi canali di vendita. Il recepimento della direttiva europea Omnibus impone, infatti, uno sforzo ulteriore in termini di sempre maggior trasparenza nei rapporti di vendita e nelle comunicazioni ai clienti.





"La Settimana Restart" Torna il podcast di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza con tanti ospiti e aggiornamenti "dal futuro"



Torna il podcast "La Settimana Restart" con una nuova stagione di episodi dedicati a innovazione, sostenibilità e futuro. Tra i protagonisti delle nuove puntate: Igor De Biasio, amministratore delegato di Arexpo; Guido Di Fraia, direttore del laboratorio di intelligenza artificiale Iulm Ai Lab; Emanuela Barbano, fondatrice di Biova Project e Giovanni Farese, general manager di Webidoo. Un nuovo episodio ogni lunedì, disponibile su tutte le piattaforme di podcasting: Spotify, Apple Podcast, Google Podcast e Amazon Music. (MD)

Presentato in Confcommercio Milano il progetto promosso e ideato da Adriatica Oli in partnership con APCI (Associazione Professionale Cuochi Italiani)

Presentato in Confcommercio Milano "Amicambiente", progetto di sostenibilità per il settore HoReCa, promosso e ideato da Adriatica Oli in partnership con APCI (Associazione Professionale Cuochi Italiani), con la collaborazione di Confcommercio Milano con Epam e di Forestami. Sono intervenuti alla presentazione del progetto Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza; Elena Grandi, assessore all'Ambiente e Verde del Comune di Milano; Sonia Re, direttore generale di APCI; Alessandra Mallamo, responsabile di "Amicambiente"; Giorgio Tanoni, ceo di Adriatica Oli & HoReCa Group; Rossella Citterio, direttore comunicazione di Forestami; Andrea Marchelli, direttore marketing di Olitalia. "Amicambiente" nasce dalla consapevolezza che la sostenibilità ambientale deve essere concreta e che il settore HoReCa può e deve avere un ruolo di primo piano in questo percorso. L'obiettivo è quello di formare, sensibilizzare e promuovere i locali che praticano smaltimento sostenibile di olio esausto, con evidente vantaggio per la sostenibilità ambientale, ma anche economica. Il servizio di recupero degli oli sarà arri-

"Amicambiente" Sostenibilità per l'HoReCa



chito dalla possibilità di accedere a un percorso formativo e a materiali di comunicazione volti a valorizzare e moltiplicare gli aspetti positivi dell'azione.

Il progetto si concentra sulla riduzione delle emissioni di CO2 nella gestione responsabile degli oli vegetali esausti (OVE). Come funziona? In maniera molto semplice, tramite uno stretto rapporto di collaborazione tra i locali e l'azienda. Affidando gli OVE prodotti dalla propria attività ad Adriatica Oli, il locale entrerà a far parte della community "Amicambiente", inserendo i propri scarti in una filiera sostenibile che rigenera il rifiuto in una risorsa energetica green a basso impatto ambientale. Nell'ultima fase della lavorazione, l'olio rigenerato verrà utilizzato per la produzione di biodiesel, un biocarburante rinnovabile che riduce di circa il 40% le emissioni di CO2 rispetto al gasolio. Entrando nella community, inoltre, il locale riceverà un kit di prodotti tra cui una Label che gli permetterà di identificarsi, anche agli occhi dei clienti, come luogo sostenibile. (FG)

GUIDA CONVENZIONI 2023

GUIDA CONVENZIONI 2023

OGNI GIORNO CERCHI, TROVI RISPARMI



La Guida Convenzioni 2023 di Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza

Nuova Guida Convenzioni 2023 di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza consultabile online inquadrando il QRcode, su confcommerciamilano.it e anche cartacea per i soci che si recano alla propria associazione. Il sistema delle convenzioni – spiega il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli nell'introduzione alla Guida “acquisisce anno dopo anno più valore per i nostri Associati: da una parte, perché si arricchisce di nuove offerte e nuovi soci che mettono a disposizione i propri servizi, dall'altra parte, perché il sistema degli 'Associati per gli Associati' si allinea sempre più con le più attuali (e vincenti) strategie di economia collaborativa”.

“Certamente, soprattutto in un momento storico nel quale l'inflazione è tornata prepotente a bussare alle porte della vita quotidiana di cittadini e imprese, risparmiare è un obiettivo non secondario – prosegue Sangalli – ed è il motivo del successo negli ultimi mesi di alcune offerte nell'ambito energetico. Tuttavia, non è meno importante, in un momento molto fluido in cui è complesso trattenere le migliori risorse umane in azienda, poter condividere la convenienza con i propri collaboratori attraverso le numerose convenzioni dedicate alla persona fisica”: un welfare aziendale aggiuntivo rafforzato dallo Sportello Welfare dedicato di Confcommercio MiLoMB.

Nelle convenzioni sono inoltre proposte condizioni ancora più favorevoli agli associati “fedeli” cioè da almeno tre anni, attraverso il programma [#fedeltàmi piace](https://www.instagram.com/fedeltami piace).



GUIDA CONVENZIONI 2023



confcommercioperte



confcommercio-milano

www.confcommerciamilano.it
metromappa.confcommerciamilano.it
convenzioni.imprese@unione.milano.it
 Corso Venezia, 47 - 20121 Milano - Tel. 02 7750372

In Confcommercio Milano è stato rinnovato l'accordo che apre il secondo anno di collaborazione tra Terziario Donna Milano (che rappresenta l'imprenditoria femminile in Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) e Global Thinking Foundation, Fondazione no profit nata nel 2016 per sostenere, patrocinare e organizzare iniziative e progetti che abbiano come obiettivo l'alfabetizzazione finanziaria rivolta a soggetti indigenti e fasce deboli della società, nell'ambito dei 17 Global Goals per lo Sviluppo Sostenibile definiti dalle Nazioni Unite. Dopo il buon esito della collaborazione e delle iniziative realizzate a favore delle imprenditrici del terziario nel corso del 2022, Claudia Segre, Presi-



La presidente del Gruppo Terziario Donna Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza Francesca De Lucchi (a sinistra) e la presidente di Global Thinking Foundation Claudia Segre

Rinnovata la partnership tra il Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza e Global Thinking Foundation

dente di Global Thinking Foundation, e Francesca De Lucchi, nuova Presidente del Gruppo Terziario Donna Milano, hanno deciso di proseguire insieme in un percorso che promuova la parità di genere, l'autonomia economica e la valorizzazione del talento femminile (vedi box).

"Vista l'ottima riuscita dei progetti avviati lo scorso anno - ha affermato Francesca De

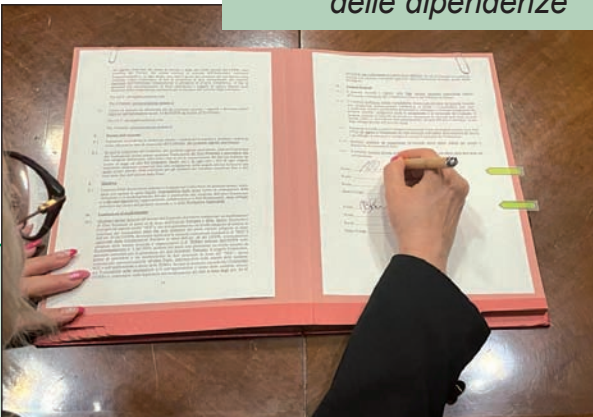
Lucchi, presidente del Gruppo Terziario Donna Confcommercio Milano - questa rinnovata collaborazione poteva sembrare quasi

Torneranno i cicli di incontri gratuiti di "Donne al Quadrato" per divulgare le competenze economiche e verrà promosso un evento dedicato al tema delle dipendenze

scontata. Ma non lo è affatto, perché le iniziative che abbiamo in programma in questo 2023 sono tanto coerenti con quelle precedenti negli obiettivi, quanto rinnovate nei contenuti. Da parte di Terziario Donna Confcommercio Milano questa collaborazione, inoltre, ha quest'anno una nuova

energia che viene dall'inizio della Consiliatura del Terziario Donna e dal nuovo Consiglio direttivo che mi ha eletto - vedi pagina 19 di fronte n.d.r. - e che subito ha accolto con entusiasmo l'eredità di questa collaborazione".

Claudia Segre, presidente Global Thinking Foundation, ha commentato: "Il successo del modello del nostro progetto Donne al Quadrato nelle iniziative dedicate a Terziario Donna Milano risiede in un percorso ottimizzato tra formazione professionale, mentorship e coaching, che permette di mettere in contatto esperienze intergenerazionali di diversi settori a fattore comune per aumentare la presenza delle imprese al femminile e la partecipazione delle professioniste nei livelli apicali delle aziende familiari e non solo. Tanti i temi anche quest'anno, sempre in linea con le esigenze di un'impresa 5.0 che vede nel connubio tra competenze digitali e finanziarie un punto di forza di una nuova proposta di impresa sostenibile".



I contenuti dell'accordo Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza e Global Thinking Foundation sulle nuove attività 2023

Nel corso dell'autunno le imprenditrici associate potranno partecipare ai cicli di incontri gratuiti di "Donne al Quadrato" il progetto formativo creato da Global Thinking Foundation con l'intento di divulgare competenze economiche e promuovere l'alfabetizzazione finanziaria femminile.

In particolare, quest'anno, ci si concentrerà sul ruolo dei C-Level (Chief Level), top manager con esperienza senior, che hanno raggiunto il massimo livello esecutivo, e cercano di trovare il proprio spazio e ruolo manageriale all'interno dell'azienda.

Inoltre, verrà promosso un evento dedicato al tema delle dipendenze (ludopatie, shopping e trading online compulsivi e altre forme di dipendenze meno note) che sempre di più in questo periodo stanno colpendo le donne. Donne che spesso, insieme al senso di colpa verso la famiglia, hanno più difficoltà rispetto agli uomini a chiedere aiuto.



Il nuovo Consiglio Direttivo del Gruppo Terziario Donna di Confindustria Milano, Lodi, Monza e Brianza (seduta a sinistra la neopresidente Francesca De Lucchi)

Francesca De Lucchi presidente del Gruppo Terziario Donna di Confindustria Milano Lodi, Monza e Brianza

E' Francesca De Lucchi, imprenditrice della ristorazione (Founder & CEO Divina Piadina a Milano), la nuova presidente del Gruppo Terziario Donna di Confindustria Milano, Lodi, Monza e Brianza. È stata eletta dal Consiglio Direttivo di Terziario Donna che ha visto un rinnovamento profondo per il mandato 2023-2028.

Il Consiglio Direttivo del Gruppo Terziario Donna

Con la presidente Francesca De Lucchi (Founder & CEO Divina Piadina), Bianca Arrighini (CEO & Co-Founder Factanza Media), Luisa Bagnoli (CEO & Founder Beyond International, Partner di Double Robotics), Martina Capriotti (Co-Founder Mirta), Ilaria Cecchini (Co-Founder Women at Business), Alessia Cicuto (Co-founder e Managing Partner brandstories), Sara Colnago (CEO di Business Competence & Co-Founder di Swscan), Amanda Colombo (Founder di Incipit eventi culturali e letterari), Elena Fontanini (Direttore commerciale Fontanini Srl), Zizeth Maroun (Ad e titolare Shekel Sas Di Maroun Zizeth & C.), Lucia Peraldo Matton (Co-Founder e CMO Les Ramè Studio), Vasiliki Pierrakea (Founder & Chef Vasiliki Kouzina), Susanna Toschi (Board Member & Trade Marketing Manager Toschi Vignola), Rosanna Tozzo (Titolare Tozzo Arredamenti), Laura Venturini (CEO & Founder Quindo). Ad accompagnare il nuovo Consiglio Direttivo la past president, Lionella Maggi, che ha lasciato dopo 5 anni di guida Terziario Donna Milano.

**Nuovo Consiglio Direttivo:
12 su 15 le new entry
di realtà imprenditoriali
che rappresenteranno
al femminile il territorio**



Gruppo Terziario Donna di Confindustria Milano, Lodi, Monza e Brianza: da sinistra la past president Lionella Maggi, la neopresidente Francesca De Lucchi, il segretario Giulia Favero

Donna è di 42 anni, per la maggior parte si tratta di imprenditrici di prima generazione, ma non manca chi ha affrontato il delicato tema del passaggio generazionale. Il Gruppo Terziario Donna Con-

findustria Milano, Lodi, Monza e Brianza riunisce le imprenditrici che ricoprono, in imprese o attività professionali iscritte ad associazioni costituenti Confindustria MiLoMb, la funzione di titolare, legale rappresentante, socio di società di persone o di capitali. Si prefigge di promuovere la crescita professionale e favorire la promozione culturale delle imprenditrici associate. A oggi riunisce all'incirca 7.000 associate.

“Terziario Donna Milano – ha affermato la neo-

presidente Francesca De Lucchi – non rappresenta semplicemente nei nostri settori del terziario di mercato quelle che vengono definite imprese femminili, cioè le imprese a maggioranza o totalità di gestione femminile. Terziario Donna, e il nostro Consiglio lo prova, vuole rappresentare le donne che fanno impresa, che sono molte più di quelle che i dati sulle imprese femminili registrano, a cui va data voce e attenzione e che possono e devono dare un contributo complessivo alla crescita. I progetti che possiamo e vogliamo fare sono tanti e con il nuovo Consiglio Direttivo sono in ottima compagnia”.

(Foto di Mattia Dognini e Silvia Migliavacca)



Dati resi noti dall'assessore comunale Martina Riva

Martina Riva, assessore a Sport, Turismo e Politiche Giovanili del Comune di Milano



Turismo: a Milano da gennaio ad aprile oltre 2,5 milioni di visitatori



"Numeri da record" sottolinea l'assessore Riva, decisamente superiori anche al pre-Covid. "Da gennaio ad aprile, sia guardando il dato complessivo sia il singolo mese, è stato registrato un numero di arrivi superiore anche al 2019, anno d'oro per il turismo milanese" ha rilevato.

A Milano città, a gennaio sono state registrate 541.949 presenze (+11% rispetto al 2019), a febbraio 570.636 (+14%), a marzo 661.140 (+11%) e ad aprile, mese del Salone del Mobile, 744.280 (+25%). "Mai, prima d'ora, si

erano toccati livelli così alti" ha proseguito l'assessore Riva. Nell'area urbana sono stati 735.915 gli arrivi a gennaio (+3% sul 2019), 793.459 a febbraio (+6%), 904.664 a marzo (+4%) e 1.023.864 ad aprile (+17%). (AL)

E' record di turisti a Milano. Lo ha reso noto l'assessore al Turismo del Comune di Milano Martina Riva. Da gennaio ad aprile, infatti, sono arrivati più di 2,5 milioni di visitatori in città, 3,5 considerando anche l'hinterland.

MILANO: IL CONSIGLIO COMUNALE HA APPROVATO LA DELIBERA CON L'AGGIORNAMENTO DEGLI ONERI DI URBANIZZAZIONE - Il Consiglio Comunale di Milano ha approvato la delibera di Giunta che aggiorna gli oneri di urbanizzazione. L'incremento medio è del 37,92%.

Il territorio viene diviso tra fascia centrale ed esterna per sostenere i processi di riqualificazione. Sono state introdotte nuove riduzioni a favore della qualità ambientale e dell'accesso alla casa. L'aggiornamento si è reso necessario - ha rilevato il Comune - per recepire le disposizioni nor-

mative in materia, anche in considerazione del forte aumento dei valori degli investimenti immobiliari in città degli ultimi anni. Il Comune ha differenziato il peso degli oneri contributivi in modo da non penalizzare gli interventi di riqualificazione nelle aree di rigenerazione urbana, dividendo il territorio di Milano in due grandi fasce: quella più centrale, corrispondente al centro storico e all'area contigua, e quella che invece si trova al di là della circoscrizione esterna, decisamente più estesa (con una superficie pari all'84,13% della superficie complessiva).

Maggiori informazioni su confcommerciomilano.it

Milano: il miglior prezzo per i prodotti alimentari di largo consumo

L'iniziativa (fino a novembre) parte dai Mercati Comunali Coperti Morsenchio e Ponte Lambro

Fino a novembre tornano nei Mercati Comunali Coperti di Milano partendo da Morsenchio (largo Guerrieri Gonzaga 1, viale Ungheria) e Ponte Lambro (via Parea 13), le iniziative di miglior prezzo, per alcuni generi alimentari di largo consumo. L'iniziativa è promossa dagli operatori dei Mercati con Assofood Confcommercio Milano in collaborazione con le Associazioni dei consumatori (Codici Lombardia, Assoutenti Lombardia, U.Di.Con., Federconsumatori, Unc Lombardia, Confconsumatori Aps, Lega Consumatori) e la Camera di Commercio di Milano



Mercato Comunale Coperto **Morsenchio**

- ▶ Pasta De Cecco euro 1,60 500g. Acquistando 3 confezioni, una in omaggio;
- ▶ Biscotti Divella gusti assortiti 400g, euro 1,70 cadauno;
- ▶ Farina 00 sfusa per panificazione euro 1 al kg;
- ▶ Francesini 00 pezzatura varia, euro 4,89 al kg;
- ▶ Nodini di maiale adulto Italia euro 7,90 al kg;
- ▶ N. 6 uova XL da allevamento a terra 75g cadauna euro 2;
- ▶ Hamburger di pollo 100g, euro 1 cadauno;
- ▶ Hamburger di tacchino normale 100g, euro 1 cadauno;
- ▶ Hamburger farcito con speck e fontina 100g, euro 1 cadauno;
- ▶ Pollo allo spiedo Italia 1.100g (crudo) euro 6 cadauno;
- ▶ Polpo decongelato pezzatura 100/1200, euro 19,90 al kg;
- ▶ Latte fresco o parzialmente scremato da 1L (Granarolo o Centrale del Latte) euro 1,75;
- ▶ Prosciutto crudo coscia nazionale stagionatura 16 mesi (minimo) euro 28 al kg;
- ▶ Prosciutto cotto Citterio alta qualità nazionale, euro 18 al kg.

Due foto in questa pagina di Federico Giusti

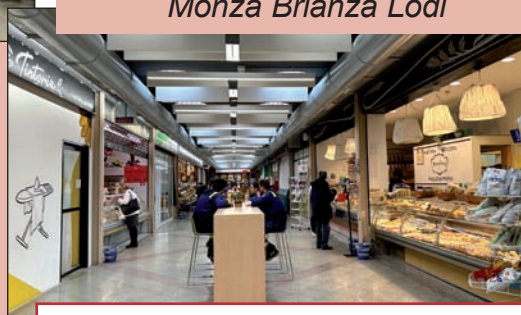


Iniziativa miglior prezzo prodotti alimentari di largo consumo: da sinistra Alessandro Palumbo (Confederazione generale dei consumatori e consigliere Camera di Commercio), Sergio Monfrini, presidente Assofood Confcommercio Milano, Davide Zanon (Codici Lombardia)

Monza Brianza Lodi. Con le iniziative di miglior prezzo, in un contesto di aumento generalizzato dei listini, le imprese, insieme alle associazioni dei consumatori, hanno avviato questa sinergia per rendere un reale servizio in particolare alle fasce più deboli dei cittadini. I prodotti che sono stati scelti in queste

In collaborazione con Assofood Confcommercio Milano, le Associazioni dei consumatori, la Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi

offerte di miglior prezzo (vedi in questa pagina) vanno incontro all'esigenza di acquisto dei consumatori, senza naturalmente dimenticare la qualità del prodotto.



Mercato Comunale Coperto **Ponte Lambro**

- ▶ Pasta Di Martino 500 g euro 1,50;
- ▶ Latte fresco euro 1,80 al litro;
- ▶ Latte lunga conservazione €1.60 al litro;
- ▶ Uova confezione da 6, euro 2,30;
- ▶ Pane francese, olio, michetta euro 4,6 al kg;
- ▶ Pane di grano duro euro 5,20 al kg;
- ▶ Fusi di pollo confezionati euro 5,99 al kg;
- ▶ Nodini di maiale euro 11,90 al kg;
- ▶ Prosciutto cotto euro 13 al kg;
- ▶ Prosciutto crudo nazionale senza marchio euro 21 al kg.



Eventi e degustazioni in Fiera (con il Coordinamento della filiera agroalimentare della Confcommercio milanese)



Capizzi, originario di Piazza Armerina, Enna (Sicilia). Capizzi ha superato i 10 criteri di valutazione della sfida - disosso, sezionamento, manualità del taglio, ordine e pulizia, minimo scarto, inventiva e fantasia, presentazione, degustazione, cottura e creazione di insaccati – con un totale di 251 coltelli assegnato da parte della giuria di esperti del settore.

A Tuttofood Milano protagonisti i Maestri macellai e panificatori

Fra i protagonisti di Tuttofood 2023, con il Coordinamento della filiera agroalimentare di Confcommercio Milano, i macellai di Federcarni e l'Associazione milanese panificatori.

Con i macellai di Federcarni si è svolto il Campionato italiano Giovani Macellai con il campione nazionale di specialità, con l'obiettivo di valorizzazione le giovani generazioni, per la promozione dell'innovazione nella tradizione dell'arte della carne. Ha portato a casa il titolo di campione miglior Giovane Macellaio italiano Angelo



ha fatto degustare i ravioli della cucina cinese, preparati con

carne di qualità italiana. Inoltre, riflettori sulla carne di cavallo con il Maestro macellaio Vito Landillo con "Crudité Cheval". Si è svolto l'evento - in collaborazione con Bord Bia, ente di promozione della carne irlandese - per illustrare, in un percorso di valorizzazione, la grande qualità di questa carne, con preparazioni di piatti alla presenza della stampa e degli alunni delle scuole di cucina.

A Tuttofood anche "Il Mitico Pollo Allo Spiedo" con i Maestri macellai Ernesto e Gerardo Mongiello che hanno fatto assaporare la bontà di questo piatto nell'ambito della qualificazione delle proprietà nutritive della carne bianca. E Aurelio Sala, presidente dell'Associazione Luganega di Monza, ha presentato l'evento



Angelo Capizzi vince il Campionato italiano Giovani Macellai



"Luganega: la Regina", durante il quale si è potuto assaggiare questo prodotto nella sua declinazione lombarda.

Il programma a Tuttofood, ricco di eventi, è terminato con "Sua Maestà il Ragù", durante il quale il Maestro macellaio Giorgio Pellegrini, presidente dell'Associazione Macellai di Milano, ha fatto degustare un prodotto tipico della nostra cultura culinaria.

A Tuttofood importante partecipazione dell'Associazione milanese Panificatori con i suoi operatori: sono state accompagnate con il pane tutte le degustazioni.

LA SETTIMANA restart



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

INQUADRA E ASCOLTA



ASCOLTA SU



Rinnovate le cariche sociali di Apeca, l'Associazione ambulanti di Confcommercio MiLoMB.

L'assemblea ha confermato

Giacomo Errico presidente ed eletto il nuovo Consiglio direttivo. Nella prima riunione del Consiglio direttivo è stato poi completato l'assetto associativo con la nomina, su proposta del presidente Errico, dei vicepresidenti che costituiscono la Giunta esecutiva di Apeca: Emanuele Brancato, Emiliano Masperi, Marcello Farina, Pierluigi Serracapirola, Adolfo Rosa.

Nel Consiglio direttivo di Apeca: Edison Arapi, Ahmed Basim, Paolo Cirilli, Francesco Esposito, Diego Ferranti, Luca Gallo, Marco Jori, Marco Mastriani, Francesco Mucedola, Giuseppe Rocchitelli, Pasqua Maioni, Giovanni Scigliano, Roberto Spampinato, Andrea Specia, Laura Donadio, PierPaola Polledri, Stefano D'Elia.

Ambulanti, Giacomo Errico confermato presidente di Apeca

Rinnovate le cariche sociali dell'Associazione: Consiglio direttivo, Giunta esecutiva con i vicepresidenti



Da sinistra Guido Guidesi, assessore allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia; Giacomo Errico, presidente Fiva Confcommercio e rieletto presidente di Apeca; Matteo Salvini, vicepresidente del Consiglio e Massimo Bitonci, sottosegretario al Ministero delle Imprese e del made in Italy.

Ambulanti e rinnovo concessioni Grande partecipazione in Confcommercio Milano all'assemblea dei quadri dirigenti Fiva Confcommercio

Ambulanti e rinnovo concessioni: in Confcommercio Milano oltre 600 gli operatori che hanno partecipato all'assemblea nazionale dei quadri dirigenti di Fiva Confcommercio per un confronto sulle norme del ddl mercato e concorrenza approvate dal Governo (all'esame di Camera e Senato) e le prospettive del comparto. Con il presidente di Fiva Confcommercio Giacomo Errico sono intervenuti in Confcommercio Milano il vicepremier Matteo Salvini; il sottosegretario al Ministero delle Imprese e del Made in Italy Massimo Bitonci; Guido Guidesi, assessore allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia; Alessia Cappello, assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano. Contributo video del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli.

Per gli ambulanti il provvedimento dell'esecutivo sui rinnovi costituisce un punto fermo per chiudere l'emergenza "infinita" creatasi dopo il recepimento, 13 anni, fa della cosiddetta Direttiva Bolkestein. "Gli ultimi 13 anni – ha dichiarato Errico – hanno messo gli ambulanti in una situazione di forte disagio: eravamo 200mila, siamo 166mila. Abbiamo quindi perso oltre



Alessia Cappello, assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano, nel suo intervento all'assemblea dei quadri dirigenti Fiva Confcommercio

30mila imprese. Nel nostro comparto non si investiva più perché mancava la certezza del futuro". "Con il rinnovo, e sottolineo rinnovo, non proroga – ha proseguito Errico – vogliamo ripartire. Con buona pace dei cosiddetti 'apprendisti stregoni', cioè chi ha cavalcato gli umori della categoria senza creare soluzioni concrete".



L'intervento video del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli durante l'assemblea dei quadri dirigenti Fiva Confcommercio

Settima edizione dell'iniziativa, in collaborazione con il Gruppo Culturale Artisti di via Bagutta, con l'abbinamento fra arte e negozi in occasione di Piano City Milano

Luciano Curtarello (primo classificato), Adriano Tommasi (secondo classificato), Daniela Penco (terza classificata), Laura Ramenzoni (quarta classificata), Bruna Gilardoni (quinta classificata) sono i 5 premiati alla 7° Edizione di PortaMi, l'iniziativa-contest che ha abbinato arte e negozi, promossa dall'Associazione commercianti PortaRomanaBella (aderente a Confcommercio Milano) in collaborazione con il Gruppo Culturale Artisti di via Bagutta. PortaMi 2023 si è svolta in occasione di Piano City Milano rendendo omaggio alla musica con l'esposizione, nei negozi aderenti, di dipinti che si sono ispirati ad essa.

Milano, i premiati del contest PortaMi con l'Associazione commercianti PortaRomanaBella



Sabrina Frigoli, presidente dell'Associazione commercianti PortaRomanaBella, con Guido Poggiani, presidente del Gruppo Culturale Artisti di via Bagutta



Luciano Curtarello (primo classificato)



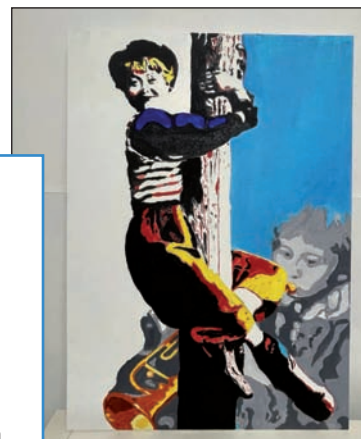
Laura Ramenzoni (quarta classificata)



Adriano Tommasi (secondo classificato)



Daniela Penco (terza classificata)



Bruna Gilardoni (quinta classificata)

I negozi che hanno partecipato a PortaMi

- ▶ Anacè Milano, corso di Porta Romana 45
- ▶ Bottega delle Stampe, via Osti 3 (angolo corso di Porta Romana 23)
- ▶ Campogrande, via Francesco Sforza, 48
- ▶ Casalinghi Fornaro 1945, piazza San Nazaro in Brolo 15 (fronte corso di Porta Romana 54)
- ▶ Coltellieria Lorenzi, corso di Porta Romana 1
- ▶ Gioielleria Barbieri, corso di Porta Romana 67
- ▶ Grazioli Profumeria, corso di Porta Romana
- ▶ I Pesciolini, corso di Porta Romana 51
- ▶ Ottica Arnaldo Chierichetti, corso di Porta Romana 74
- ▶ Ottica Arnaldo Chierichetti, largo Crocetta 1
- ▶ Sabrina Frigoli, corso di Porta Romana 55
- ▶ Veronica Latocca – corso di Porta Romana 39
- ▶ Vergani Milano - corso di Porta Romana, 51



Comufficio Gabriella Criscuolo presidente

Il nuovo Consiglio Direttivo di Comufficio (l'Associazione nazionale delle aziende produttrici, importatrici e distributrici di prodotti e servizi dell'Ict), eletto all'unanimità nell'assemblea generale svoltasi a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano, ha nominato presidente dell'Associazione (per il mandato 2023 - 2027), l'ingegner Gabriella Criscuolo, ceo del Gruppo Ditron. Una nomina – rileva Comufficio - particolarmente gradita perché in continuità con le tematiche del Retail sulle quali l'Associazione è costantemente attiva. Per le sue competenze e la sua esperienza sarà in grado di favorire lo sviluppo su temi quali i sistemi di pagamento e di pesatura, ed i sistemi dell'Ict (in forza di un potenziamento della squadra operativa dell'Associazione).
"Vogliamo continuare ad investire sull'innovazione, su siste-

mi che offrano servizi a valore aggiunto agli esercenti finali, collaborazione di filiera, marketing di prossimità e governo delle performance del punto vendita – ha dichiarato la neopresidente Gabriella Criscuolo – E vogliamo rinnovare il nostro impegno sulla sostenibilità, tema sul quale riteniamo di poter contribuire:



Gabriella Criscuolo, nuova presidente di Comufficio

re: dalla progettazione al corretto smaltimento dei rifiuti informatici. In un contesto di servizio agli associati, come fatto finora".
L'indicazione delle tematiche che Comufficio intende sviluppare e portare al mercato testimoniano la volontà e la disponibilità di collaborare con gli scenari individuati da Confcommercio.

ASSEPRIM: IL 20 GIUGNO IN CONFCOMMERCIO MILANO "IN-SOSTENIBILITÀ. OLTRE LA TUTELA

AMBIENTALE: CRESCITA ECONOMICA E SVILUPPO SOCIALE" - Martedì 20 giugno (ore 16.30) in Confcommercio Milano (Corso Venezia, 47, sala Colucci) Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, organizza l'evento "In-Sostenibilità. Oltre la tutela ambientale: crescita economica e sviluppo sociale". Un'occasione di confronto e approfondimento con la condivisione di case history e strategie delle aziende impegnate nell'implementazione dei criteri ESG.

Per più informazioni:

<https://www.confcommerciomilano.it/export/sites/unione/img/2023/Locandina.png>

A Milano, al Belvedere di Palazzo Lombardia, illustrati i dati dell'indagine con Format Research "Mobilità 2035 tra ideologia e realtà"

Il costo d'acquisto troppo elevato, un'infrastruttura di ricarica giudicata ancora poco capillare sul territorio e la bassa autonomia sono i principali ostacoli all'acquisto di un veicolo elettrico da parte degli italiani; un cittadino su due si dice inoltre preoccupato degli effetti occupazionali della transizione verso le auto elettriche. Sono alcuni dei dati emersi dall'indagine "Mobilità 2035 tra ideologia e realtà" presentata nel corso dell'evento "Mobilità" organizzato da Federmotoriz-



Federmotorizzazione L'evento Mobilità 2023



Regione Lombardia Attilio Fontana, l'assessore regionale allo Sviluppo economico Guido Guidesi, il segretario della X Commissione attività produttive della Camera dei Deputati, on. Luca Squeri, il responsabile dei rapporti internazionali ambientali e tecnici di Unem Franco Del Manso, il direttore di Quattroruote Gian Luca Pellegrini, il fondatore e direttore del Centro Studi Fleet&Mobility Pierluigi Del Viscovo.

zazione – Confcommercio Mobilità al Belvedere di Palazzo Lombardia a Milano.

All'appuntamento, aperto dal presidente di Federmotorizzazione Simonpaolo Buongiardino, è intervenuto in collegamento il vice-premier e ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti Matteo Salvini, ed hanno partecipato il presidente di

*Per l'auto elettrica ancora molti ostacoli
Cittadini preoccupati dalle ricadute occupazionali con la transizione*



Pierluigi Ascani, presidente di Format Research, ha illustrato i risultati dell'indagine "Mobilità 2035 tra ideologia e realtà". Lo studio, svolto su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni, aveva l'obiettivo di rilevare, descrivere e analizzare le opinioni degli italiani in relazione alle auto elettriche, in termini di accessibilità ed effettiva fruibilità, e quanto la transizione ecologica della mobilità stia ponendo vincoli ai cittadini e quanto stia mettendo a disposizione alternative accessibili. (FG)



IL PROBLEMA DELLE BATTERIE – Più di otto cittadini su dieci (86%) sono al corrente del fatto che le batterie delle auto elettriche possono rappresentare un rischio ambientale e debbano essere smaltite in sicurezza. Il 77% si preoccuperebbe dello smaltimento delle batterie dell'auto.

Il 41,5% dei cittadini ritiene che le auto elettriche siano più ecologiche delle

“Mobilità 2035 tra ideologia e realtà”: i dati (indagine Format Research)

SEI ITALIANI SU DIECI NON HANNO INTENZIONE DI CAMBIARE AUTO

- Secondo l'indagine, sei cittadini su dieci non hanno intenzione di cambiare l'autovettura nei prossimi due anni, in genere perché la propria è ritenuta "ancora in buone condizioni".

LA PREOCCUPAZIONE PER LE RICADUTE SUL LAVORO

- Il 56,4% dei cittadini si dice preoccupato degli effetti occupazionali della transizione verso le auto elettriche.

IL 13,8% ACQUISTEREBBE UN'AUTO ELETTRICA, MA RESTA IL PROBLEMA DEL COSTO

- Nel caso in cui i consumatori dovessero cambiare auto, il 25,8% acquisterebbe un'auto a benzina, il 13,8% si doterebbe di un'auto totalmente elettrica. Tra questi ultimi però, il 35% afferma che non avrebbe la possibilità di permettersela. 26 mila euro è in media la cifra che i consumatori italiani pensano che si dovrebbe spendere per l'acquisto di un'auto elettrica.

I LIMITI ALLA DIFFUSIONE DEI VEICOLI ELETTRICI

- I costi (59,9%), l'infrastruttura di ricarica poco capillare sul territorio (46,2%) e la bassa autonomia della ricarica (43,9%) rappresentano i principali ostacoli all'acquisto di un veicolo elettrico.



auto a motore endotermico, ma se si considera il tema della produzione e dello smaltimento delle batterie, la percentuale di coloro che ritengono che le auto elettriche siano comunque più ecologiche rispetto alle auto a motore endotermico scende al 36,6%.

"Tutte le affermazioni dei sostenitori dell'elettrico per tutti e subito, non tengono conto della velocità di sviluppo di nuove tecnologie e nuove fonti, come l'idrogeno che già oggi viene utilizzato nella produzione di carburanti sintetici ed in parte immesso nei bio-carburanti – ha affermato Simonpaolo Buongiardino, presidente di Federmotorizzazione - Siamo convinti che non sia possibile, con le tecnologie oggi disponibili, immaginare una risposta univoca di fonti energetiche per ogni tipo di impiego, ma il buon senso ci induce a immaginare diverse e complementari soluzioni in funzione delle diverse necessità di impiego e di servizio".

"La politica, d'altra parte – ha concluso Buongiardino - ha certamente il diritto ed il dovere di indicare gli obiettivi, in questo caso l'abbattimento delle emissioni nocive per l'ambiente, ma non si potrà né dovrà mai sostituire alla tecnologia ed all'industria nell'indicare il mezzo e il modo con il quale raggiungerli".



Inaugurazione con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Issa Pulire: il mondo del Cleaning in Fiera a Milano Rho

Issa Pulire: taglio del nastro con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (foto A) e Sangalli con Andrea Risi, vicepresidente Fnip e presidente Alis Lombardia (foto B)

Taglio del nastro con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli per Issa Pulire, la fiera internazionale della pulizia e della sanificazione professionale che si è svolta a Fiera Milano Rho.

La fiera, alla sua 26° edizione, ha riunito la filiera del Cleaning professionale composta dai produttori di macchine, attrezzature, prodotti chimici per la pulizia e sanificazione degli ambienti pubblici, sanità, scuola, mezzi di trasporto, attività private, horeca, grande distribuzione. Hanno partecipato i rivenditori che coprono la distribuzione su tutto il territorio nazionale e le imprese di pulizia servizi integrati, multiservizi. A Issa Pulire presente Fnip, la Federazione nazionale imprese di pulizia aderente a Confcommercio.

Tutto il comparto del Cleaning, in particolare le imprese di servizi, svolge un ruolo di forte rilevanza sociale – rileva



Andrea Risi, vicepresidente Fnip e presidente Alis Lombardia – costituisce, infatti, il primo gradino di ingresso al mondo del lavoro. In particolare per le donne che rappresentano il 70% dei lavoratori delle imprese di servizi (secondo i dati Inps quasi 600.000). Il sistema del Cleaning garantisce naturalmente la salubrità e l'igiene nei luoghi di lavoro e della vita sociale

del Paese". Il comparto produttivo italiano che era presente in fiera, è ai vertici mondiali e si contraddistingue per varietà di produzioni, capacità innovativa e qualità dei prodotti. (SM)

Le congratulazioni al socio di Ente Mutuo e Rho

Amaro Mancini fra i vincitori del World Liqueur Awards

Da Ente Mutuo Regionale le congratulazioni a Paolo Mancini, imprenditore iscritto all'Associazione territoriale Confcommercio di Rho, per i premi conseguiti dall'azienda "Farmacia Fellini" al World Liqueur Awards, una delle più importanti manifestazioni internazionali del settore svoltasi a Londra.

Al liquore artigianale nato da un'idea del dottor Mancini della Farmacia Fellini di Sizzano (Pavia) il World Liqueur Awards ha assegnato il titolo di amaro più bello d'Italia nella categoria design bottiglia 2023, l'argento nelle categorie nuovo design di lancio e design etichetta 2023 e il bronzo mondiale nella categoria bitter 2023.

A fare la differenza sono stati gli ingredienti utilizzati, tra cui la farina di riso e acqua di riso tipici del Pavese, e il design della bottiglia.



La Giunta di Regione Lombardia – segnala Federmoda Milano - ha posticipato l'inizio dei saldi estivi a giovedì 6 luglio. E' vietato, ricorda l'Associazione, effettuare vendite promozionali nei 30 giorni antecedenti (le eventuali campagne devono essere quindi terminate entro lunedì 5 giugno compreso). In questo mese di



Lombardia: saldi estivi a partire da giovedì 6 luglio

Con i saldi Federmoda Milano ricorda che, sul cartellino, si devono indicare obbligatoriamente: il prezzo più basso applicato alla generalità dei con-



Federmoda Milano: sul cartellino si devono indicare obbligatoriamente il prezzo più basso applicato alla generalità dei consumatori nei 30 giorni precedenti (nuovo Codice del consumo) e la percentuale di sconto applicata

sumatori nei 30 giorni precedenti (nuovo Codice del consumo) e la percentuale di sconto applicata. E' facoltà degli imprenditori indicare anche il prezzo finale di vendita. (SM)

giugno (dal 6) vanno rimosse dalle vetrine, dai cartellini e dall'interno dei negozi tutte le indicazioni scritte e i messaggi pubblicitari contenenti la parola sconti/promozioni e similari.

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

Tavola rotonda all'Auditorium dell'Università IULM



Giornata della Ristorazione A Milano con Epam focus su formazione e figure professionali

Con la maggiore partecipazione territoriale di ristoranti in tutta Italia – più di 340 adesioni a Milano, Lodi, Monza Brianza (a livello nazionale, complessivamente, hanno aderito oltre 5.000 attività ed anche 500 ristoranti italiani all'estero) - la prima Giornata della Ristorazione "Per la cultura dell'Ospitalità italiana" (vedi anche *Unioneinforma di aprile a pag. 23 n.d.r.*) ha visto, da parte di Epam-Fipe Milano, l'Associazione pubblici esercizi di Confcommercio



Le foto dell'evento Epam-Fipe Milano all'Auditorium IULM in occasione della prima Giornata della Ristorazione sono di Federico Giusti



Milano, l'organizzazione della tavola rotonda "L'evoluzione della formazione e delle figure professionali nella ristorazione: da necessità a opportunità" svoltasi presso l'Auditorium dell'Università IULM. All'incontro di Epam-Fipe Milano – realizzato in collaborazione con Fipe-Confcommercio,

Confcom-mercio Milano e IULM – sono intervenuti: Alessandro Negrini (chef e patron "Il luogo Aimo e Nadia"); Niccolò Frediani (titolare ristorante Ribot); Arturo Carile (Campari Academy manager); Delia Ciccarelli (corporate relations director McDonald's Italy); Gabriele Cartasegna (direttore Capac Politecnico del Commercio e del Turismo

e Formaterziario, enti formativi che fanno riferimento alla Confcommercio milanese; Massimiliano Bruni (professore associato Università IULM).

"Per Epam-Fipe Milano, con questa tavola rotonda – ha rilevato il vicepresidente vicario Fabio Acampora che ha aperto i lavori dell'incontro – si è voluto dare, nella prima Giornata della Ristorazione, un contributo su un tema centrale per il nostro comparto: quello della formazione nella ristorazione e di come poter avvicinare le giovani generazioni". Per il trimestre aprile-giugno 2023 le assunzioni previste nelle attività di ristorazione

(fonte Unioncamere - Anpal, Sistema Informativo Excelsior) sono più di 27 mila in Lombardia e quasi 9.800 a Milano e Città Metropolitana.

Ma oltre il 50 % delle aziende che ricerca personale – ha rilevato Epam-Fipe Milano - segnala difficoltà di reperimento.

CONFCOMMERCIO MILANO TI PROPONE GESTIONE DI PAGHE E CONTRIBUTI CON LO SCONTO DEL 20%



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione
ti offre un servizio di amministrazione del personale garantendoti:

- Predisposizione ed **elaborazione dei dati delle retribuzioni** e dei relativi oneri sociali
 - Tramite la Direzione Sindacale di Confcommercio Milano,
assistenza nella gestione dei rapporti di lavoro, nelle assunzioni e/o licenziamenti
- Assistenza nei rapporti con gli Enti – INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate, ITL e Centri per l'Impiego
 - Gestione ed assistenza in caso di richiesta ammortizzatori sociali.

**In più per i nuovi soci o per chi non ha mai utilizzato questo servizio,
è riservato uno sconto del 20% sul cedolino.**

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

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


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

www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te

METROMAPPA CONFCOMMERCIO MILANO

IN UN SOLO COLPO D'OCCHIO CERCHI E TROVI
TUTTE LE SOLUZIONI PER LA TUA IMPRESA.



La **Metromappa di Confcommercio Milano** è una rivoluzione pratica nella navigazione online alla ricerca di tutto quello che Confcommercio ti offre. Trovi facilmente quello che stai cercando e in più ogni giorno potrai scoprire un percorso di opportunità pronto per sviluppare, proteggere e integrare il tuo business.

Scegli il percorso giusto, vai su: metromappa.confcommerciomilano.it

Istituzionale e Lobby Consulenza e Gestione Capitale Umano e Formazione Finanziamenti e Contributi Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

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



www.confcommerciomilano.it
metromappa.confcommerciomilano.it
Linkedin: Confcommercio Milano
Facebook: Confcommercio Per Te