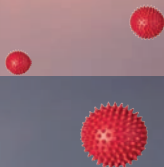
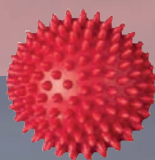


COVID

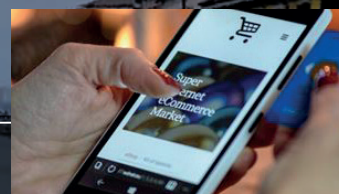


COME NEL 2020 UN'ALTRA PASQUA IN LOCKDOWN

UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA:
PERDITE PER 228 MILIONI DI EURO
E CON LA ZONA ROSSA SI SUPERA IL MILIARDO



**SANGALLI AL CORRIERE:
INDENNIZZI INSUFFICIENTI**



**COMMERCIO ESTERO:
IL NUOVO SERVIZIO
"CHECK UP E-COMMERCE"**



CENTRIMPRESA

**DECRETO SOSTEGNI E DOMANDE
DI CONTRIBUTO A FONDO PERDUTO:
IL SERVIZIO DI CENTRIMPRESA.
CONTATTA LA TUA ASSOCIAZIONE**



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



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

IL FUTURO NON (si) CHIUDE

#CONFCOMMERCIOCÈ

CONFCOMMERCIO MILANO TI PROPONE GESTIONE DI PAGHE E CONTRIBUTI CON I PRIMI 6 MESI GRATUITI



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione offre un servizio di amministrazione del personale garantendo: • 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.

I nuovi soci o chi non ha mai utilizzato questo servizio, il primo anno pagheranno dal 7° mese dopo i primi 6 mesi gratuiti.

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


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

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



350 caratteri di confcommercio



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

Per raccontare quest'anno di pandemia, riportando la narrazione sugli imprenditori, abbiamo lanciato la campagna 'Il futuro non (si) chiude'. Un messaggio forte sulla voglia, sulla necessità e sul coraggio di ripartire perché bisogna salvare il presente per abilitare il futuro.



Sangalli: «I ristori non bastano Allungare la moratoria sui debiti»

Il presidente Confcommercio: da Draghi un "whatever it takes" per le imprese



Come nel 1944 Per trovare un anno simile bisogna tornare al 1944. Fino a Pasqua incassati già di 3,8 miliardi «Dal presidente Draghi ci aspettiamo una svolta che non c'è ancora. Ci aspettiamo quel coraggio responsabile con cui nel 2012 salvo l'Unione monetaria europea, dichiarando il famoso "whatever it takes" (fare tutto ciò che è necessario, ndr). Ma questa volta deve farlo per salvare le no-

zioni fin qui intraprese si faccia siderale». Di quali azioni parliamo? «Tutti mi dicono la stessa cosa: le chiusure senza indennizzi adeguati non le reggiamo più. Ecco perché i nostri imprenditori, tutti gli imprenditori, si aspettano non solo un più robusto sostegno in tempo zero, ma anche la prospettiva di un ritorno alla normalità perché altrimenti non ce-la-si-fa. Il sistema imprenditoriale non regge più». Cosa non va nel decreto Sostegni? «È stato archiviato il meccanismo dei codici Aleo e sono stati stanziati per questi

blia di non meno di quindici anni. E senza che tutto ciò comporti classificazioni critiche o addirittura un default dei debitori». Bisognerebbe intervenire sulle regole europee. «Pensiamo che il governo italiano possa e debba assumere un'iniziativa determinata al riguardo». Il presidente Draghi ha promesso una stagione di dialogo. «Sì, in occasione delle sue dichiarazioni programmatiche alle Camere, ha posto la sfida di una "nuova ricostruzione", il che richiede, dal punto di vista del metodo,

IL FUTURO NON (si) CHIUDE

“IL FUTURO NON (SI) CHIUDE” E I DRAMMATICI DATI CON LA PANDEMIA E I LOCKDOWN - E' partita la campagna nazionale di Confcommercio, “Il futuro non (si) chiude” (vedi pagina 5 n.d.r.) per far sentire la voce delle imprese che vogliono ripartire in sicurezza e, allo stesso tempo, per sottolineare la necessità di sostegni più robusti così da far fronte alle enormi difficoltà economiche che le chiusure, da più di un anno a questa parte, hanno determinato. “Per trovare un anno peggiore del 2020 – ha spiegato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli nella recente intervista al Corriere della Sera (foto) bisogna risalire più o meno al 1944. L'anno scorso sono andati persi quasi 130 miliardi di consumi, circa duemila euro a testa. Tra gennaio e febbraio di quest'anno c'è già stato un crollo di 20 milioni di presenze in Italia. Il lockdown di marzo e aprile rischia di causare una perdita di oltre 15 miliardi di euro”. E pesantissimi sono gli effetti nel nostro territorio – dati Ufficio studi Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (a pagina 3 n.d.r.) con 228 milioni di euro di perdite per quest'altra Pasqua ancora in lockdown ed oltre 1 miliardo e 160 milioni di euro di stima per la zona rossa.



BANDI DI FINANZIAMENTO: CONOSCERLI E PARTECIPARE CON IL SUPPORTO DI CONFCOMMERCIO MILANO



È difficile essere sempre aggiornati su tutte le opportunità che Enti e Istituzioni mettono a disposizione. Sono **bandi di finanziamento** che potrebbero cambiare lo sviluppo e il futuro della tua attività. Confcommercio Milano offre un aiuto fondamentale per informarti e farti concorrere con tutte le carte in regola. Sarai avvisato sulle opportunità del tuo settore e aiutato a preparare la documentazione necessaria per accedervi.

Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che si affidano a chi non fa perdere tempo e opportunità.

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

«Con la Pasqua in rosso perdite fino a 228 milioni»

LA STIMA

Confcommercio Milano: rispetto alle festività pre Covid del 2019 ci sarà un crollo del fatturato di oltre il 53% soprattutto per le imprese di ristorazione e i servizi ricreativi, ma anche per servizi alla persona e trasporti

ANDREA D'AGOSTINO

Con 61.468 tamponi eseguiti, è di 4.884 il numero di nuovi casi di coronavirus registrati in

particolare, l'impatto nel periodo della Settimana santa fino subito dopo le festività vedrà una perdita di fatturato pari 53,4% in meno rispetto al periodo di Pasqua 2019 senza Covid. È la stima dell'ufficio studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: sono 69.500 le attività del terziario che subiranno gli effetti più rilevanti sui ricavi come commercio al dettaglio, ristorazione, servizi per la persona e ricreativi, trasporti, ricettività. Veri e propri crolli, in particolare, per ristorazione e pubblici esercizi (da 80,6 a 16 milioni di euro, -80%); servizi ricreativi come luoghi di spettacolo, palestre, piscine, centri sportivi (da 66,7 a 16 milioni, -75%); commercio al dettaglio (da 79 a 23 milioni, -70,7%); ricettività (da 19,2 a 4,7 milioni, -75,8%). Cali significativi anche per i servizi alla perso-

liardo e 160 milioni. «Bisogna far riaprire le imprese in sicurezza. Impre-

Pasqua in zona rossa, bruciati 228 milioni Quasi 70mila aziende restano a secco

Sos di Confcommercio: «Ora gli indennizzi, ma soprattutto bisogna far riaprire le imprese in sicurezza»

IN REGIONE

Il danno totale da zona rossa viene calcolato dagli esperti in 1 miliardo e 160 milioni di euro
MILANO di Annamaria Lazzari

terebbe a 1 miliardo e 160 milioni di euro. «Un'altra Pasqua in lockdown è un duro colpo per le attività economiche del nostro territorio e purtroppo, oltretutto con la conferma della zona rossa, si aggrava anche dal punto di vista della tenuta della fiducia la condizione di tantissime imprese senza prospettive di programmazione certa nel

di fatturato del 53,4% rispetto allo stesso periodo del 2019, senza Covid-19. Sono complessivamente 69.500 le imprese del terziario a Milano, Monza Brianza e Lodi che subiscono gli effetti più rilevanti sui ricavi per il blocco pasquale. Per alcune è un tracollo: per la ristorazione e i pubblici esercizi il calo di fatturato pre-

La stima dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza

euro, - 53,4%, rispetto al periodo di Pasqua 2019 senza Covid. E' la stima dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. A Milano, Monza Brianza e Lodi sono 69.500 le attività del terziario che subiscono gli effettivi più rilevanti sui ricavi per il blocco di Pasqua: commercio al dettaglio, ristorazione, servizi per

Per commercio, turismo e servizi un'altra Pasqua in lockdown Perdite per 228 milioni di euro

Pasqua in rosso in zona rossa: molto pesante a Milano, Monza Brianza e Lodi l'impatto sulle attività del commercio, del turismo e dei servizi nel periodo di Pasqua

la persona e ricreativi, trasporti, ricettività. Veri e propri crolli di fatturato in particolare per: ristorazione e pubblici esercizi (da 80,6 a 16,1 milioni di euro, - 80%); servizi ricreativi (luoghi di spettacolo, palestre, piscine, centri sportivi: da 66,7 a 16,7 milioni, - 75%); commercio al dettaglio (da 79 a 23,1 milioni, - 70,7%); ricettività (da 19,2 a 4,7 milioni, - 75,8%). Cali significativi anche per i ser-

Dai ristoranti ai turisti la Pasqua sospesa taglierà 228 milioni

Confcommercio: un mese di zona rossa costa alla città un miliardo di euro Per gli albergatori blackout senza fine: "Servono certezze sulla ripresa"

PROFONDO ROSSO

Il lockdown per le feste «brucia» oltre 228 milioni

Confcommercio: «Ora ristori seri»

■ Seconda Pasqua in lockdown. La Lombardia resta chiusa almeno fino al 6 aprile e commercianti, imprese del turismo e dei servizi precipitano in "profondo rosso". L'ufficio studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza stima una perdita di fatturato pari ad almeno 228 milioni dalla settimana san-

ta fino a subito dopo le festività. «Se si dovesse arrivare ad un mese di zona rossa - avverte il segretario Marco Barbieri - il costo sarebbe di oltre un miliardo e 160 milioni». E il presidente degli albergatori chiede «certezze sulla ripresa di fiere ed eventi».

servizio a pagina 2

E un mese di zona rossa costerebbe 1 miliardo e 160 milioni

Negozi, affari persi e ristori: Pasqua in profondo rosso



A spesso i ristoranti chiusi in centro

di Stefania Chiale

La (seconda) Pasqua in lockdown brucia altri 228 milioni di euro, e se si arrivasse a un mese di zona rossa il costo per il territorio ammonterebbe a 1,6 miliardi. Necessario quindi chiedersi quanto siano stati efficaci i ristori e quanto lo saranno i sostegni. Ecco i fondi presi finora (in media) da un commerciante.

alle pagine 2 e 3

Perdite record e ristori al minino: la Pasqua in debito del commercio

La festa in rosso costa altri 228 milioni. Ad aprile bonus di 2.500 euro ai negozi e 3.700 ai ristoranti

Con il lockdown di Pasqua perdite per 228 milioni

Confcommercio chiede a Draghi indennizzi veri L'associazione albergatori: «Riaprire le fiere»

Traccoli di fatturato per ristorazione (-80%), ricettività (-75,8%), servizi ricreativi (-75%) e commercio al dettaglio (-70,7%).

Si aggrava la condizione di tantissime imprese senza prospettive di programmazione certa nel medio termine e con indennizzi insufficienti

vizi alla persona (da 82,9 a 63,6 milioni, - 23,3%) e trasporti (da 98,2 a 74,5 milioni, - 24,1%).

«Un'altra Pasqua in lockdown è un duro colpo per le attività economiche del nostro territorio - ha commentato Marco Barbieri, segretario generale di Conf-commercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - e purtroppo, oltretut-

I DATI CONFCOMMERCIO

Zona rossa a Pasqua In fumo 228 milioni

servizio → a pagina 27

L'allarme di Confcommercio

Zona rossa a Pasqua: in fumo 228 milioni

CLAUDIA OSMETTI

■ Pasqua (di nuovo) in rosso e la Confcommercio di Milano lancia l'allarme: di questo passo, la ripresa sarà risolo pesante. Perché tra ristoranti chiusi, turismo azzerato

generale di Confcommercio Milano, Marco Barbieri, «e purtroppo, con la conferma della zona rossa, si aggrava, anche dal punto di vista della tenuta della fiducia, la condizione di tantissime imprese senza prospettive di programmazione



«allargato» (a partire dalla settimana santa fino a subito dopo le festività pasquali). Una perdita di fatturato di 228 milioni di

to con la conferma della zona rossa, si aggrava anche dal punto di vista della tenuta della fiducia la condizione di tantissime imprese senza prospettive di programmazione certa nel medio termine e con indennizzi, attraverso il Decreto Sostegni, chiaramente insufficienti. Se si dovesse arrivare a un mese di zona rossa il costo per il nostro territorio sarebbe di oltre 1 miliardo e 160 milioni di euro. Bisogna far riaprire le imprese in sicurezza. Imprese, è bene ricordarlo, che stanno ancora aspettando gli indennizzi per la zona rossa indebita di gennaio».

INSIEME A CONFCOMMERCIO MILANO SICUREZZA LAVORO E IGIENE DEGLI ALIMENTI CHECK UP GRATUITO E SCONTO DEL 20%



Con **Confcommercio Milano**, attraverso **Promo.ter Unione - Club della Sicurezza**, avrai gli strumenti necessari per assolvere a tutti gli obblighi normativi sulla **salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e sull'igiene degli alimenti e HACCP**, partendo da un check up gratuito che verrà fatto presso la tua attività per analizzare tutte le eventuali problematiche, e con lo **sconto del 20%** in caso di acquisto dei servizi proposti. **Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che non risparmiano ignorando gli obblighi normativi, ma risparmiano applicandoli.**

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


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

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

Attenzione alla drammatica situazione che stanno vivendo i settori più colpiti dall'emergenza Covid, ma anche un messaggio sulla voglia di ripartire in sicurezza



Questi siamo noi

#CONFCOMMERCIOCÈ



Confcommercio: la campagna "Il futuro non (si) chiude"

Ha preso il via la campagna nazionale di Confcommercio "Il futuro non (si) chiude", iniziativa che richiama l'attenzione sulla drammatica situazione che stanno vivendo i settori più colpiti dall'emergenza Covid, ma che vuole anche lanciare un messaggio sulla voglia di ripartire consentendo alle imprese, la cui attività è ancora ferma o molto ridotta, di poter riaprire – là dove possibile - in sicurezza ed evitare così la chiusura definitiva e la perdita di posti di lavoro. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio nel 2020 sono andati persi 160 miliardi di euro di Pil e quasi 130 miliardi di consumi. Circa 300mila imprese del commercio non alimentare e dei servizi sono sparite dal mercato (all'incirca 240mila esclusivamente a causa della

pandemia) e 200mila attività professionali. Tra i settori più colpiti: la ristorazione con perdite di fatturato pari a 38 miliardi, la filiera del turismo con una perdita di valore della produzione di 100 miliardi (oltre 13 miliardi di fatturato in meno solo nel comparto ricettivo), il settore abbigliamento e calzature con 20 miliardi di consumi in meno e il comparto culturale e ricreativo dove, tra cinema e spettacoli dal vivo (musica, teatro, lirica, danza), le perdite hanno superato il miliardo. La campagna Confcommercio "Il futuro non (si) chiude" è presente sui social con l'hashtag #ConfcommercioCè. È stato redatto un documento di proposte per la definizione di un possibile piano di riforme e investimenti che utilizzi al meglio il PNRR.



Con il Capac Politecnico del Commercio e del Turismo e Formaterziario

I corsi gratuiti online per le aziende in regola con la contribuzione ad EBiTer Milano



Per informazioni:

https://www.confcommerciomilano.it/it/formazione/formazione/catalogo_corsi/corsi_fin_ebiter_2021
e l'Area Formazione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - 027750701-704
formazione@unione.milano.it

Per le aziende in regola con la contribuzione ad EBiTer Milano, l'Ente bilaterale del terziario (come previsto dal Ccnl del Terziario) sono online le nuove proposte gratuite di formazione. I corsi, con il Capac Politecnico del Commercio e del Turismo e Formaterziario (la nuova denominazione della Scuola

Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni) vengono erogati in modalità a distanza e saranno realizzati con il raggiungimento del numero minimo di iscritti richiesto.

Segnaliamo le iniziative in programma da maggio: Finance per non financials (6 maggio); Inglese avanzato (13 maggio); Legal English Course (18 maggio); Excel avanzato (27

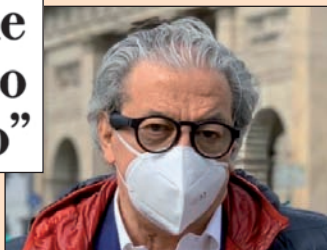
maggio); Generazione Z (7 giugno); La gestione del tempo in periodo di smart working (10 giugno).

RASSEGNA STAMPA

Le voci del commercio

Chi resiste e chi si arrende non riaprire più è l'incubo "Gli aiuti? Solo un cerotto"

Apertura in sicurezza per tutti i negozi, anche quelli che in zona rossa sono chiusi come abbigliamento, moda, calzature, oreficerie e le altre merceologie costrette a tenere le saracinesche abbassate nonostante vengano rispettati tutti i proto-



Gabriel Meghnagi, presidente rete associativa via Confcommercio Milano

Zona rossa insostenibile: aprire tutti negozi in sicurezza

colli di sicurezza sanitaria anti-Covid. Su La Repubblica Milano (sabato 27 marzo) Gabriel Meghnagi, presidente rete associativa via Confcommercio Milano ha sottolineato come vi siano molte chiamate "di colleghi disperati, più che altro i più piccoli che non riescono a organizzarsi neanche con l'e-commerce". Una situazione insostenibile a fronte di aiuti non adeguati.

Il dopo-Covid va governato subito A terziario e attrattività ruolo di primo piano

Il punto



Bruno Villois

un compar-

L'ennesimo decreto, questo si chiama sostegni, il quinto della serie di quelli dedicati ai sussidi economici, ha visto la luce. Il sistema economico è in ginocchio: l'unica ricetta che può raddrizzarlo è quella costituita da un rilancio corposo e duraturo i cui presupposti debbono essere chiariti e definiti adesso e non dopo essere usciti dal tunnel dell'emergenza Covid. Serve iniettare fiducia argomentando nei particolari il dopo pandemia, il ruolo del commercio, del turismo e dei servizi, le risorse finanziarie dedicate, il sostegno all'innovazione. Rimarcando che senza il commercio fisico si spegne l'attrattività e, quindi, il Paese. Che nel futuro rilancio proprio sull'attrattività si deve contare. A complicare le cose ci sarà il nuovo *modus vivendi* su cui ci siamo incamminati: con l'e-commerce più forte, lo smart working, la didattica a distanza, le conference call, l'intelligenza artificiale e la robotica il cui utilizzo va incardinato a disposizione del capitale umano. Tutte queste componenti vanno governate all'interno di un quadro complessivo al cui centro deve trovare spazio l'intero comparto del terziario,

to che vale e conta quanto e forse più di quello manifatturiero in termini di creazione di valore, composizione del Pil, occupati diretti e indiretti. La grande sfida non è ripartire, ma come farlo e con quali obiettivi. Visto che, almeno in parte, i mezzi finanziari, grazie al next generation, ci saranno. L'illuminato e con grande reputazione premier, Mario Draghi, per confermarsi nella sua straordinarietà di vincente deve, fin da subito, orientare e indirizzare l'opera del Governo, nonostante la scarsa "vision" della politica, nella direzione di costruire un dopo che sappia utilizzare le sfide trasformandole in vittorie. Aspettare il dopo Covid per definire in ogni particolare il programma è drammaticamente perdente: per noi e per chi verrà dopo.

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



**IL VANTAGGIO
DI ESSERE SMART.
ANCHE NELLE SCELTE**

**ENTE MUTUO PRESENTA AGLI
IMPREDITORI E AI LORO DIPENDENTI
UNA NUOVA E INNOVATIVA FORMA
DI ASSISTENZA SANITARIA.**



Gli Associati ad Ente Mutuo, in base alla forma di assistenza prescelta, possono contare su una serie di servizi sanitari per tutta la famiglia a condizioni vantaggiose:

- Visite specialistiche
- Esami diagnostici
- Odontoiatria
- Terapia fisica
- Ricoveri in forma diretta e indiretta
- Rimborso ticket e altri contributi
- Assistenza 24 ore su 24
- Prestazioni di assistenza odontoiatrica h24

COS'È

È un'assistenza sanitaria semplice e veloce, destinata agli Imprenditori e Professionisti iscritti alle Associazioni aderenti a Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e alle altre Confcommercio della Lombardia.

COME ISCRIVERSI

Per iscriversi alla nuova Forma di Assistenza **SMART Plus** è sufficiente rivolgersi presso la Sede Centrale di Ente Mutuo oppure presso le Associazioni territoriali di Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e presso le altre Confcommercio della Lombardia. Il diritto all'assistenza decorre 36 ore dopo l'iscrizione e ha scadenza il 31 dicembre di ogni anno. All'iscritto verrà consegnata una card nominativa che gli consentirà l'accesso alla rete di strutture convenzionate, con una apposita autorizzazione rilasciata da Ente Mutuo. L'elenco delle strutture Convenzionate, costantemente aggiornato, è pubblicato sul sito www.entemutuomilano.it nell'area Strutture Sanitarie Convenzionate.

LE COPERTURE

Gli iscritti possono usufruire di tutte le prestazioni di assistenza ambulatoriale comprese nel Regolamento:

- Prestazioni di assistenza ambulatoriale presso strutture convenzionate a tariffe agevolate;
- Visite mediche specialistiche;
- Diagnostica strumentale (esami radiografici, ecografie, TAC, RMN, MOC, endoscopie, scintigrafie, doppler);
- Analisi di laboratorio;
- Prestazioni odontoiatriche;
- Terapia fisica.

Le prestazioni vengono erogate presso le strutture sanitarie convenzionate di primaria importanza: Case di Cura private, Aziende Ospedaliere, Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS), Centri Diagnostici, Laboratori Analisi Mediche, Studi Odontoiatrici, e Studi Medici, a tariffe agevolate, previa richiesta a Ente Mutuo per l'autorizzazione.

OPPORTUNITÀ PER I SOCI

Gli iscritti possono accedere a condizioni vantaggiose ad una serie di servizi o all'acquisto di prodotti in ambito sanitario e socio sanitario, grazie ad accordi stipulati da Ente Mutuo con aziende qualificate e validi professionisti.

PRESTAZIONI DI ASSISTENZA MEDICA 24 ORE SU 24, 7 GIORNI SU 7

La Forma **SMART Plus** prevede una serie di servizi ad alto valore aggiunto, in Italia e all'estero tra cui:

- **Consulenza medica telefonica** (pareri medici, informazioni sanitarie e farmaceutiche, segnalazione centri specialistici);
- **Assistenza medica e a domicilio** (es. invio di un medico, di un pediatra, invio ambulanza, invio di infermiere o fisioterapista);
- **Trasporto sanitario e assistenza in viaggio;**
- **Accesso a Network Assistenza Domiciliare** (es. ricerca babysitter, badante qualificata ecc.).

Per accedere al servizio i Soci dovranno contattare (per l'Italia):

NUMERO VERDE 800677764

Appositamente dedicato per le chiamate dall'estero:

02 24128390

In caso d'impossibilità nel contattare telefonicamente la Struttura Organizzativa sarà possibile farlo tramite Fax al numero: **02 24128245**

PRESTAZIONI DI ASSISTENZA ODONTOIATRICA H24

Possibilità di accesso ad un network di studi dentistici su tutto il territorio nazionale con un unico listino agevolato e una serie di servizi collegati.

Per accedere al servizio i Soci dovranno contattare:

NUMERO VERDE 0080036363737

Le altre nostre proposte per la tutela della tua salute



Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi



Assistenza ospedaliera



Assistenza specialistica ambulatoriale; Assistenza ospedaliera ed altri contributi



Assistenza specialistica ambulatoriale; Assistenza ospedaliera più completa ed altri contributi

Per un preventivo gratuito www.entemutuomilano.it

Le sedi

Milano - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno

Orario sportello: da lunedì a giovedì 8.30 - 16.30 venerdì 8.30 - 15.30

Numero di telefono unico: 02.7750.950

Como - Via Ballarini, 12

Orario sportello: da lunedì a venerdì 9.00 - 12.30 / 14.00 - 17.00

Numero di telefono: 031.2441

Lecco - Piazza Garibaldi 4

Orario sportello: da lunedì a giovedì 8.30-12.30 / 14.00-18.00 venerdì 8.30-12.30 / 14.00-16.30

Numero di telefono: 0341.356911

Bergamo - Via Borgo Palazzo 137

Orario sportello: da lunedì a venerdì 8.45 -12.00 / 14.15 -17.00

Numero di telefono: 035.4120303

Uffici distaccati di Milano:

Casa di Cura S. Camillo

Via Mauro Macchi, 5 - tel. 02 67071816

da lunedì a giovedì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 16.30
venerdì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 15.30

Centro Diagnostico Italiano

Via Saint Bon, 20 - tel. 02 48317592

da lunedì a giovedì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 16.30
venerdì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 15.30

Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza e Intesa Sanpaolo: rinnovata la convenzione

Dal 1° aprile è in vigore la nuova convenzione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con Intesa Sanpaolo con condizioni agevolate per gli associati e per i soci fedeli (associati da almeno tre anni). Nella rinnovata convenzione per i POS la commissione è azzerata sulle transazioni fino a 10 euro (non più, come in precedenza, fino a 15 euro) uniformando così le condizioni con quelle previste dalla convenzione nazionale Confcommercio-Intesa Sanpaolo. Le filiali Intesa Sanpaolo contatteranno gli associati clienti per prospettare il passaggio alla nuova convenzione.

Per maggiori informazioni sulla convenzione con Intesa Sanpaolo rivolgersi alla propria associazione di riferimento.



Decreto Sostegni e domande di contributo a fondo perduto Il servizio di Centripresa

Per maggiori informazioni contattare la propria associazione di riferimento

Decreto Sostegni: servizio di assistenza, con le associazioni aderenti a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, per la domanda di contributo a fondo perduto (il riconoscimento economico che spetta ai titolari di partita Iva che esercitano attività di impresa e lavoro autonomo, commisurato alla diminuzione di fatturato

nel 2020 subita a causa dell'emergenza Covid). Fino al 28 maggio Centripresa, in qualità di intermediario, potrà predisporre le pratiche di richiesta dei contributi a fondo perduto. La proposta di servizio è estesa, a costi contenuti e competitivi, anche alle imprese che con Centripresa non hanno la contabilità.

A maggio la Bit esclusivamente digitale

Alle date della manifestazione (dal 9 all'11) la Borsa Internazionale del Turismo aggiunge tre giorni dedicati ai consumatori e alla promozione dell'offerta turistica

Bit, la Borsa Internazionale del Turismo di Milano, l'appuntamento annuale dedicato al mondo dei viaggi, si terrà per la prima volta in modalità esclusivamente digitale. Confermate le date della manifestazione per gli operatori (9-11 maggio) alle quali si aggiungeranno altri tre giorni di programmazione dedicati ai consumatori e alla promozione dell'offerta turistica italiana ed estera. La decisione di proporre un'edizione esclusivamente online è stata presa da Fiera Milano dopo aver ascoltato il mercato e in seguito a un'attenta valutazione di tutte le possibili soluzioni strettamente legate all'andamento dell'emergenza Covid.

Gli operatori presenti sulla piattaforma di Bit avranno la possibilità di entrare in contatto con i potenziali buyer e poter accedere così al calendario di appuntamenti formativi e informativi, da sempre elemento distintivo della rassegna, in cui saranno affrontati temi di grande attualità e utilità per il rilancio dell'intero sistema turistico. Particolarmente ricco il palinsesto di incontri online e webinar rivolto ai professionisti del settore (che si terranno sotto la direzione editoriale di Carlo Antonelli). (LR)



BOCCIATA LA MOBILITÀ
**I commercianti:
 ora meno tasse**
 a pagina 3

I commercianti: ora meno tasse Mobilità bocciata

Le richieste ai candidati. Tari da restituire

290
 Milioni

Le perdite per i commercianti stimate dalle associazioni di categoria in una settimana di zona rossa. Di altri 120 milioni l'effetto sulla Pasqua

91
 Per cento

La quota di titolari d'impresa (sugli 800 interpellati da Confcommercio) che chiede la restituzione dell'imposta sui rifiuti Tari

Lo studio

di **Maurizio Giannattasio**

“

Le imprese Il ritorno alle misure più dure costerà carissimo: gli affari sono già calati del 75 per cento

“

I ristori Senza una svolta radicale il sistema non può reggere Subito sostegni in proporzione alle perdite

Numeri che si incrociano. Quelli elaborati dall'ufficio studi di Confcommercio Milano che stimano in 290,2 milioni di euro la perdita di negozi, bar e ristoranti in una settimana di zona rossa, a cui si devono aggiungere altri 120,4 milioni per i tre giorni di lockdown di Pasqua. E quelli, sempre forniti da Confcommercio, che traducono in percentuali le richieste di 800 imprese ai candidati che si sfideranno a ottobre per la poltrona di sindaco. Al primo posto la preoccupazione per la pressione fiscale con il 91 per cento delle imprese che chiedono la restituzione di parte della



Su www.confcommerciopermilano.it i risultati del sondaggio di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza incentrato sui temi per il capoluogo (e gli altri Comuni al voto)

Su ConfcommercioPerMilano - www.confcommercio-permilano.it - la piattaforma digitale dove la Confcommercio milanese raccoglie le proposte del mondo del terziario per i candidati alle elezioni amministrative (vedi *Unioneinforma* di febbraio a pagina 9 n.d.r.) è stato pubblicato il sondaggio di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza incentrato sui temi per Milano (e i Comuni della Città Metropolitana e delle province di Monza Brianza e Lodi) in vista delle elezioni per il sindaco. Una prima iniziativa di carattere più generale con le risposte di 782 imprese (per il 76% fino a 5 addetti). Le imprese di Milano città che hanno partecipato al sondaggio rappresentano il 58% del totale, il 24% da Milano hinterland, il 12% da Monza

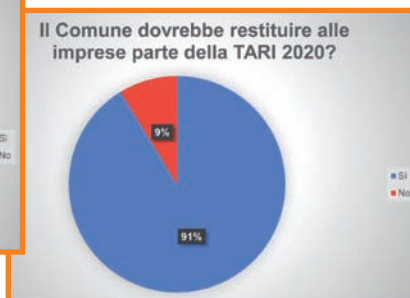
Brianza e il restante da Lodi o altre località. Da dettaglio non alimentare (20%), agenti e rappresentanti di commercio (18%), ristorazione (17%) e servizi alle imprese (11%) il maggior numero di risposte. In queste pagine approfondiamo cosa emerge dal sondaggio (i cui risultati sono stati ripresi in un articolo milanese del Corriere della Sera - immagine qui a fianco).

Tributi locali e burocrazia A Milano con l'emergenza serve una svolta



Dove i voti 1-2 corrispondono ad un giudizio di inadeguate, 3 giudizio neutro mentre per i voti 4-5 sono adeguate

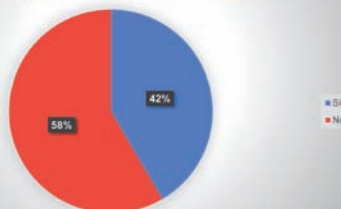
FISCO, COVID E MOBILITA' I TEMI PIU' SENTITI – La pressione fiscale sulle imprese (33%) è prioritaria per gli operatori del terziario in previsione degli appuntamenti elettorali amministrativi. Molto importante è naturalmente anche l'emergenza sanitaria Covid (27%). Poi mobilità traffico e infrastrutture (15%) e turismo attrattività (9%).



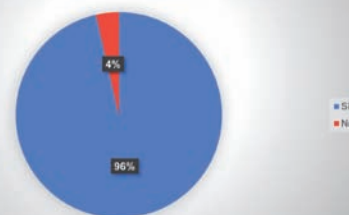
MENO BUROCRAZIA E PIU' INVESTIMENTI PER MIGLIORARE LA RETE DI CONNESSIONE DIGITALE – Oltre

che sui tributi locali, molto critico è il giudizio delle imprese su burocrazia e rete di connessione digitale. Il 96% reputa necessari ulteriori investimenti per semplificare le procedure burocratiche: per il 58% i servizi online offerti dal Comune non hanno consentito di snellirle. L'87% ritiene in generale che debba essere potenziata la tecnologia per una miglior connessione.

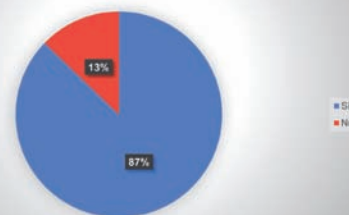
Ritiene che i servizi online offerti dal Comune abbiano consentito di snellire le procedure burocratiche?



Ritiene necessari ulteriori investimenti per semplificare le procedure burocratiche?



Ritiene che debba essere potenziata la rete di connessione digitale nel territorio?



MOBILITÀ

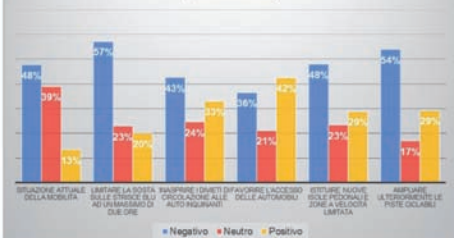
Come giudica la situazione della mobilità in città e alcune proposte che la riguardano?



MOBILITÀ: NO AD ALTRE PISTE CICLABILI E A LIMITAZIONI DELLA SOSTA SULLE STRISCE BLU – Il

48% dà un giudizio negativo sulla situazione attuale della mobilità cittadina (positivo il 13%, giudizio neutro dal 39%). Fra i provvedimenti giudicati in modo più critico l'eventuale limitazione, a un massimo di due ore, della sosta sulle strisce blu (contrario il 57%, favorevole il 20%, giudizio neutro dal 23%), l'ulteriore ampliamento delle piste ciclabili (contrario il 54%, favorevole il 29%, giudizio neutro per il 17%), l'istituzione di nuove isole pedonali e di zone a velocità limitata (contrario il 48%, favorevole il 29%, giudizio neutro per il 23%).

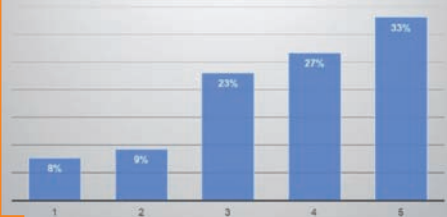
Giudizio temi mobilità (sintetico)



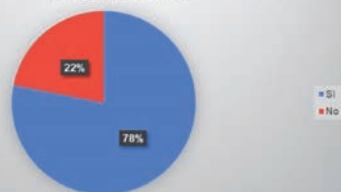
(Aggregando i voti 1-2 come giudizio negativo 3 come neutro 4-5 come positivo)

▶ ▶ ▶ segue a pag.12 ▶ ▶ ▶

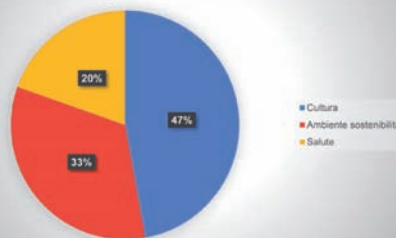
Quanto pensa possa essere in grado di rilanciare il turismo l'evento "Olimpiadi di Milano-Cortina 2026" ?



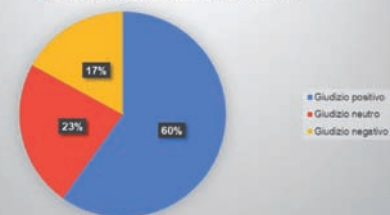
Il Comune dovrebbe impiegare maggiori risorse nella promozione turistica della città anche a livello internazionale?



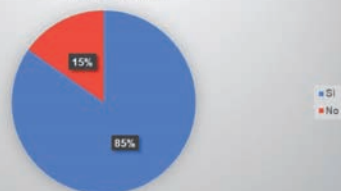
Vorrebbe candidare Milano a un grande evento su:



Pensa che l'evento "Olimpiadi di Milano-Cortina 2026" possa essere in grado di rilanciare il turismo?



Il Comune dovrebbe destinare i proventi della tassa di soggiorno ad iniziative di promozione della domanda?



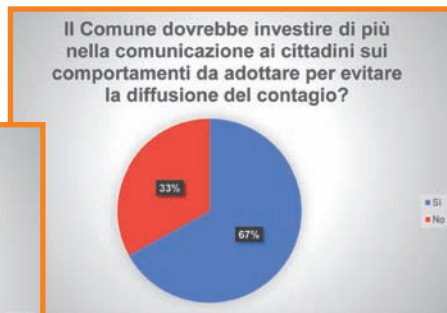
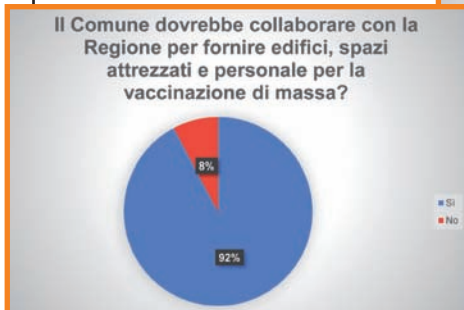
RILANCIARE MILANO CON UN GRANDE EVENTO SULLA CULTURA. OLIMPIADI MILANO-CORTINA BUON "VOLANO" PER IL TURISMO – Il

47% di chi ha risposto al sondaggio vorrebbe candidare Milano a un grande evento sulla cultura (il 33% su ambiente e sostenibilità, il 20% sulla salute). Per il 78% il Comune dovrebbe impiegare maggiori risorse nella promozione turistica della città anche a livello internazionale. E l'85% chiede che i proventi dell'imposta di soggiorno siano destinati a iniziative di promozione della domanda. Per il 60% degli imprenditori le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 saranno in grado di rilanciare il turismo del territorio. Per il 23% il giudizio è neutro. Più pessimista, invece, il 17%.

CONTRASTO AL COVID: PIU' SANIFICAZIONE E CONTROLLI, MA ANCHE MAGGIOR COLLABORAZIONE CON LA REGIONE NELLA CAMPAGNA VACCINALE

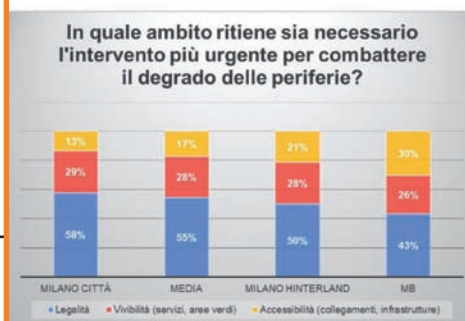
– Giudizio critico sull'impegno del Comune nelle azioni di contrasto al Covid: per l'80% si deve impegnare maggiormente nella sanificazione delle strade e nei controlli anti-assembramento. E il 67% chiede più investimenti nella comunicazione ai cittadini sui comportamenti da adottare per evitare la diffusione del contagio. Il 92% reputa che il Comune debba collaborare con la Regione per fornire edifici, spazi attrezzati e personale per la vaccinazione di massa.

» » » segue da pag.11 » » »



PERIFERIE: PER IL 62% NON SONO MIGLIORATE. PIU' LEGALITA' PER COMBATTERNE IL DEGRADO

– Negli ultimi cinque anni la situazione delle periferie non è migliorata per il 62% degli intervistati (59% Milano città, 66% hinterland milanese, 72% Monza Brianza). E' la legalità (55%) l'ambito in cui si ritiene sia necessario l'intervento più urgente per combatterne il degrado. A distanza le altre proposte: 28% più servizi e aree verdi, 17% maggiore accessibilità (collegamenti, infrastrutture).

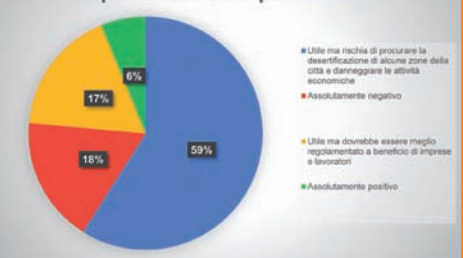


INTERVENTI NELLE AREE DI TRASFORMAZIONE URBANA: SPAZIO A POLI DI RICERCA E IMPRESE ALTAMENTE TECNOLOGICHE

– In quale direzione devono andare le politiche di intervento nelle aree di trasformazione urbana? Per il 37% vanno incentivati gli insediamenti dei poli di ricerca e per il 31% comunque le imprese ad elevato potenziale tecnologico. Solo il 3% chiede altri centri commerciali.



Che giudizio dà dello smart working in questa fase della pandemia?



SMART WORKING SENZA ECCESSI PER NON DESERTIFICARE LA CITTA'

– Nel sondaggio si chiede anche una valutazione dello smart working. Per il 59% è utile, ma si rischia di procurare la desertificazione di alcune zone della città danneggiando le attività economiche. Assolutamente negativo per il 18%; utile, ma da regolamentare meglio per il 17% e assolutamente positivo per il 6%.

Nuovo servizio della Direzione
Settore Commercio Estero di Confcommercio Milano
Lodi, Monza e Brianza (con Centrimpresa)

“Check Up E-Commerce” per ottimizzare le procedure del commercio elettronico in ambito fiscale e gestionale

Nuova opportunità con “Check Up E-Commerce”, servizio offerto dalla Direzione Settore Commercio Estero di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (per il tramite di Centrimpresa) che ha l'obiettivo di fornire una valutazione immediata ed efficace del proprio approccio agli aspetti e alle problematiche del commercio elettronico in ambito fiscale e gestionale ed indirizzare, così, a possibili azioni di miglioramento.

“Check Up E-Commerce” è uno strumento semplice e innovativo messo a disposizione delle aziende per testare il livello di conoscenza in materia di e-commerce e individuare le potenziali criticità. Partendo dalle conoscenze già presenti in azienda, attraverso “Check Up E-Commerce” si vanno, come detto, a sviluppare le competenze dello strumento e-commerce in ambito fiscale e gestionale.



“Check Up E-Commerce” è un servizio a pagamento con forti agevolazioni per le imprese associate o che desiderano associarsi. Telefonare allo 027750456. Email: commercio.estero@unione.milano.it

Il servizio è rivolto alle aziende che già svolgono attività di commercio elettronico oppure che intendono intraprendere un'attività di vendita online (indipendentemente dal settore merceologico e dalla dimensione aziendale).

“Check Up E-Commerce” è composto di tre fasi: una guida per fornire una sintesi operativa sull'argomento; un questionario di autovalutazione per analizzare il livello di conoscenza dell'argomento; una consulenza personalizzata con l'esperto in cui verranno presentate le conclusioni e le aree di miglioramento.

Nuovi riconoscimenti, da parte di Regione Lombardia, di imprese storiche: fra di esse diverse attività associate. Riportiamo qui i nomi (*saranno segnalati eventuali ulteriori nominativi*).

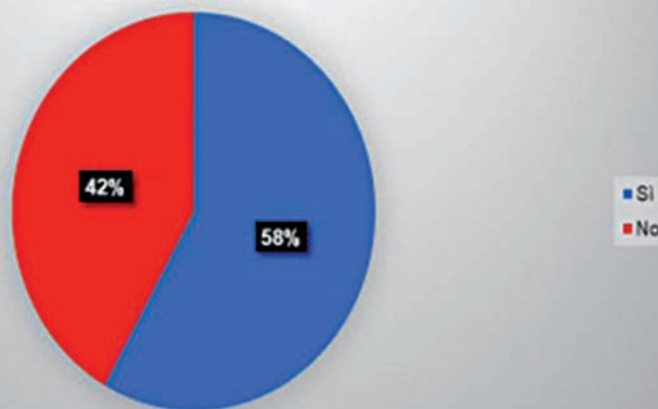
- ▶ **Cartoleria Bonfioli** (via Luigi Settembrini 39, Milano);
- ▶ **Carbognin Fiori** (via Marciano 12, Milano);
- ▶ **Bar Nilo** (via Ippolito Rosellini 8, Milano);
- ▶ **Oldrini** (articoli di cartoleria e forniture per ufficio, corso Garibaldi 113, Legnano – Mi);
- ▶ **Rossoni** (abbigliamento confezioni per adulti, via Garibaldi 64, Magenta – Mi);
- ▶ **Commerciale Lem** (macchine e prodotti per agricoltura e giardinaggio, Strada per Locate 6/A-B, San Giuliano Milanese – Mi);
- ▶ **Fagnani Fiori e Piante** (piazza Italia 7 Vittuone – Mi);
- ▶ **Bar Ristorante Pizzeria La Cava** (viale Piave, Lodi);
- ▶ **Confezioni Salvalaglio** (abbigliamento, via Garibaldi 14, Lodi);
- ▶ **Hotel Ristorante Castello** (piazza Castello 2, Lodi);
- ▶ **My Way Di Spisso** (bar, via Callisto Piazza 1, Lodi);
- ▶ **Macelleria Curtarelli** (via Umberto I 11, Castelnuovo Bocca d'Adda – Lo);
- ▶ **Amerigo Carni** (via Nazario Sauro 48, Sant'Angelo Lodigiano – Lo);
- ▶ **Alimentari Barbierato** (via Verdi 39, Tavazzano con Villavesco – Lo);
- ▶ **Magna e Bevi Michelazzo** (ristorazione, via Beatrice d'Este 4, Varedo – Monza Brianza).

Attività associate riconosciute imprese storiche da Regione Lombardia

Il sondaggio d'aggiornamento con i dati elaborati dall'Ufficio Studi

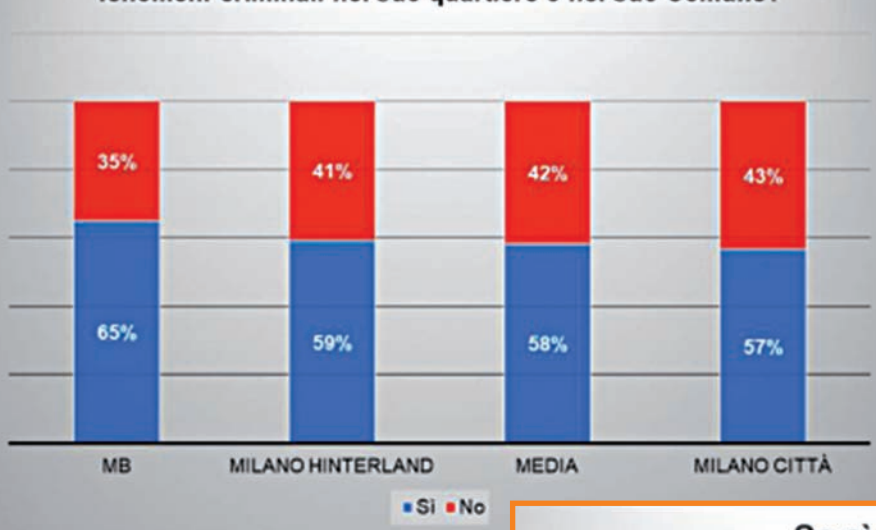
Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: criminalità in aumento per il 58% delle imprese

Ha riscontrato negli ultimi 5 anni un aumento dei fenomeni criminali nel suo quartiere o nel suo Comune?



menti (28%) sono gli atti criminali maggiormente rilevati. Il 3% ha indicato le estorsioni. Il 44% delle imprese di Milano città segnala furti e scippi (hinterland milanese 43%, Monza Brianza 38%) mentre è da Monza Brianza (46%) che arrivano più indicazioni riguardo all'aumento dello spaccio di droga (hinterland milanese 40%, Milano città 32%). I danneggiamenti impattano senza differenze su Milano città (33%), hinterland milanese (32%) e Monza Brianza (33%). Per il 45% delle imprese sono inoltre aumentati i fenomeni di usura o le offerte d'acquisto delle aziende ad un valore inferiore a quello di mercato (fenomeni legati al prolungarsi dell'impatto economico generato dall'emergenza Covid). Su questa tendenza più risposte (50%) da Monza Brianza (Milano città 46%, hinterland milanese 41%).

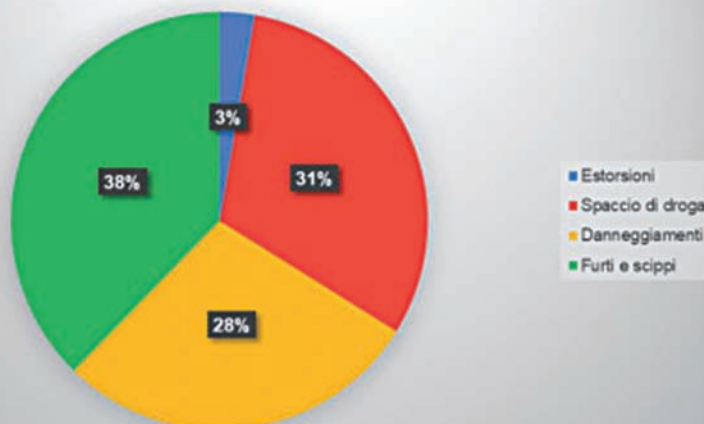
Ha riscontrato negli ultimi 5 anni un aumento dei fenomeni criminali nel suo quartiere o nel suo Comune?



Più fenomeni criminali nel proprio Comune/quartiere negli ultimi 5 anni: lo segnala il 58% degli operatori commerciali. Emerge dal sondaggio di aggiornamento compiuto da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con le risposte di 773 imprese e i cui dati sono stati elaborati dall'Ufficio Studi. Un riscontro di incremento degli episodi criminali che va dal 57% di Milano città, al 59% nell'hinterland milanese fino al 65% per Monza Brianza.

Sul totale dei rispondenti al sondaggio – anche al di fuori di Milano e Monza Brianza o senza specificare la località - furti e scippi (38%), spaccio di droga (31%) e danneggiamenti (28%)

Se sì quali?



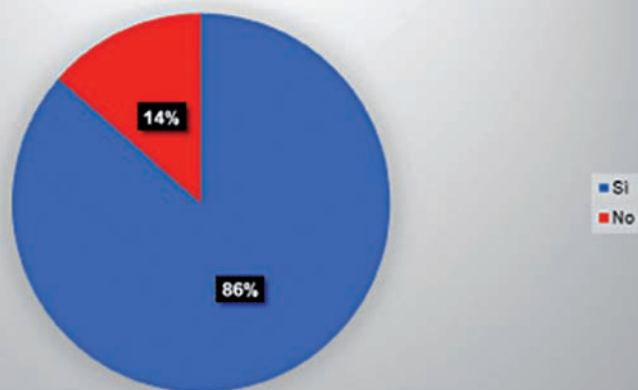


Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (con competenza sui temi della legalità) – Foto di Massimo Garriboli

Il vicepresidente Mario Peserico: monitorare con grande attenzione i reati “spia” come i danneggiamenti

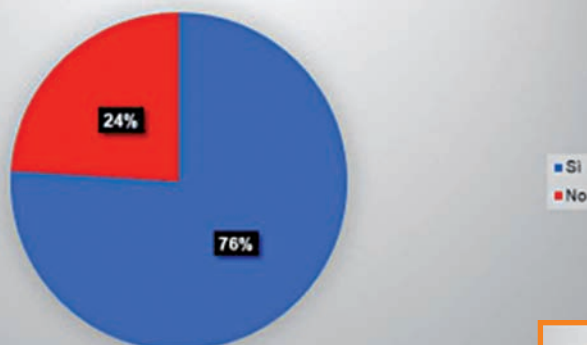
“Questo sondaggio d’aggiornamento, oltre a dare un riscontro generale di maggior impatto della criminalità negli ultimi anni, conferma soprattutto la rilevanza di reati, come i danneggiamenti, che sono ‘spia’ di situazioni da monitorare con grande attenzione. E una percentuale significativa di operatori denuncia una crescita di usura o offerte ‘irrituali’ di acquisto. Un allarme che accende di nuovo i riflettori sulla grande sofferenza delle imprese per la crisi generata dalla pandemia” è il commento di Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con competenza sui temi della legalità.

Ritiene necessaria una maggior presenza delle forze dell’ordine?



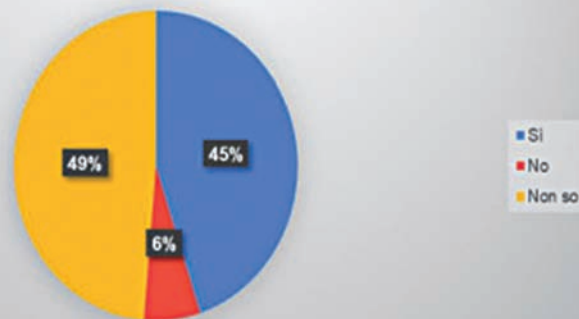
Per l’86% necessaria una maggior presenza delle forze dell’ordine sul territorio. E il 45% indica in crescita i fenomeni di usura o di offerte d’acquisto delle aziende ad un valore inferiore a quello di mercato.

Pensa che la presenza dei militari nelle strade sia una forma di prevenzione efficace del crimine?

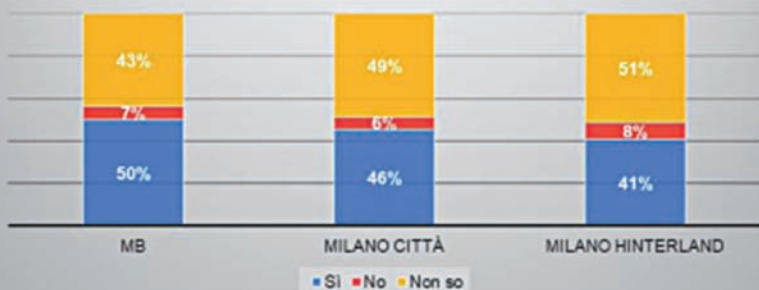


L’86% ritiene necessaria sul territorio una maggior presenza delle forze dell’ordine (90% Milano hinter-

A suo parere sono aumentati i fenomeni di usura e le offerte d’acquisto delle aziende per un valore inferiore a quello di mercato?

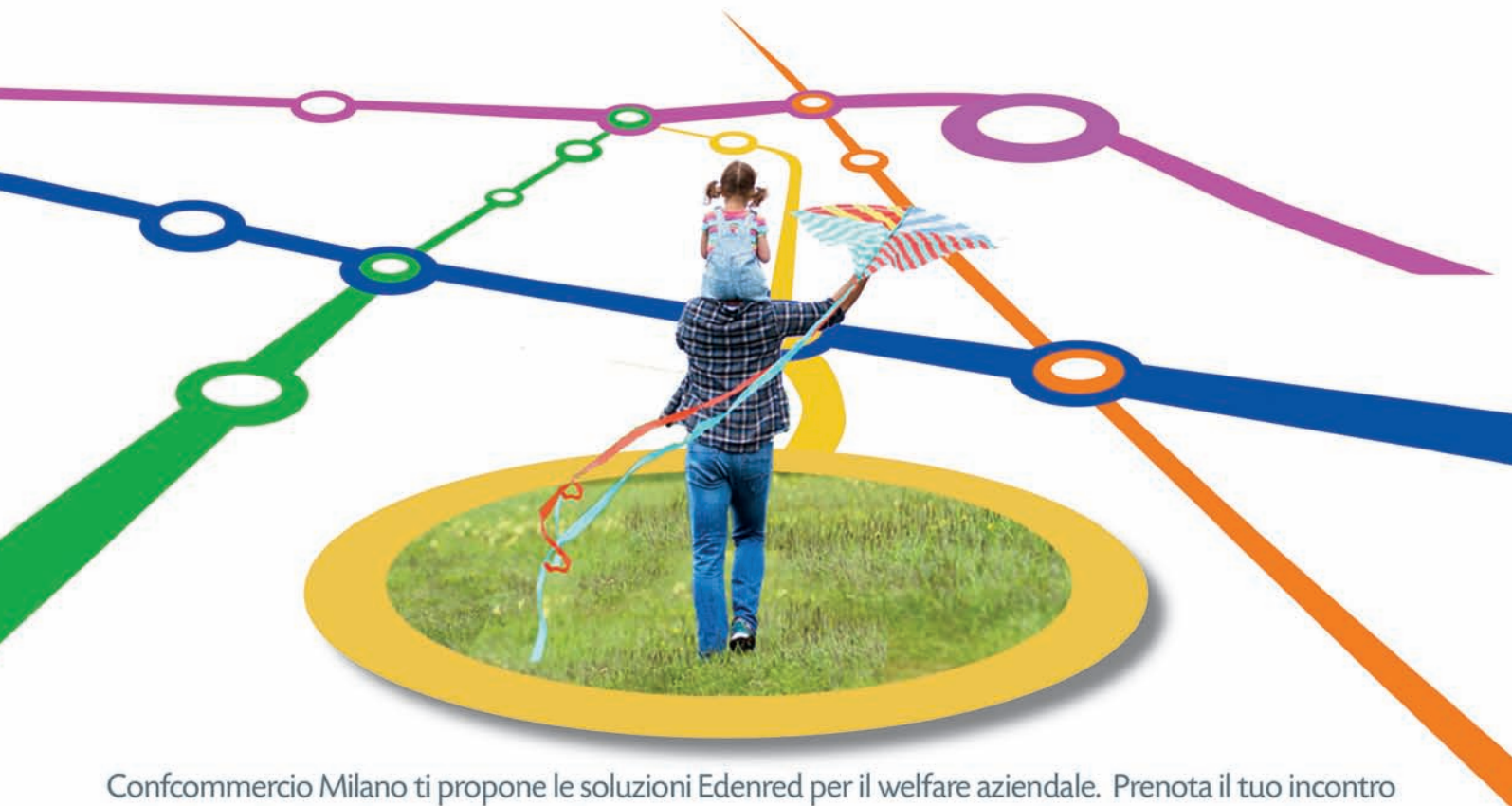


A suo parere sono aumentati i fenomeni di usura e le offerte d’acquisto delle aziende per un valore inferiore a quello di mercato?



land, 87% Milano città, 77% Monza Brianza). E il 76% reputa che la presenza dei militari nelle strade costituisca una forma di prevenzione efficace del crimine (Milano città 77%, Monza Brianza 76%, hinterland milanese 74%).

CONTENTI TUTTI E CONTENTO ANCHE TU CON IL WELFARE AZIENDALE DI CONFCOMMERCIO MILANO



Confcommercio Milano ti propone le soluzioni Edenred per il welfare aziendale. Prenota il tuo incontro allo Sportello Welfare oppure chiedi un appuntamento (sempre in modalità video-riunione). Scopri come dare ancora più vantaggi ai tuoi dipendenti senza oneri aggiuntivi.

Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che credono nel lavoro e lo sviluppano anche con la soddisfazione dei dipendenti.

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


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

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

Confcommercio Lombardia Covid: adesione alla campagna vaccinale della Regione

Confcommercio Lombardia (con Federdistribuzione) ha aderito alla campagna vaccinale anti-Covid nelle aziende, promossa da Regione Lombardia. "Sarà un contributo decisivo all'avanzamento della campagna vaccinale - hanno commentato le due associazioni - Il mondo del commercio e del terziario lombardo partecipa allo sforzo comune che ci permetterà, finalmente, di vedere la luce in fondo a questo lunghissimo



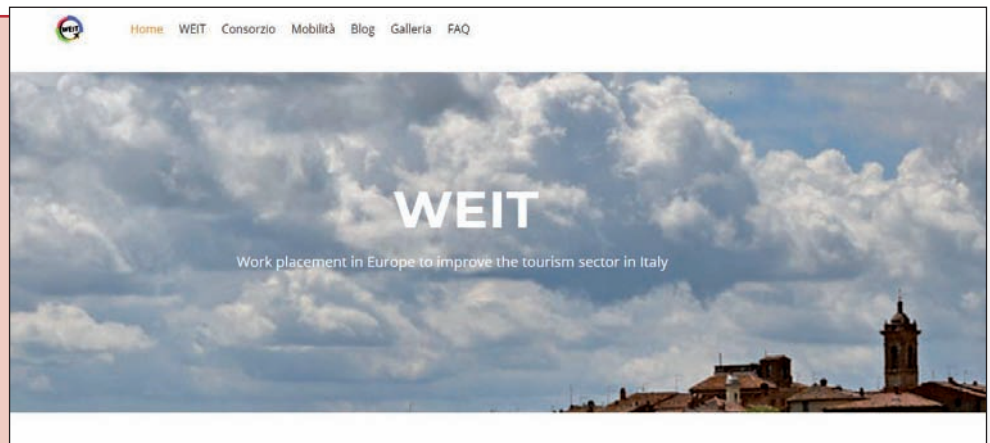
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
LOMBARDIA

tunnel della pandemia. Con questo accordo mettiamo in campo tutto il peso del sistema del commercio e del terziario, un bacino di oltre 2,7 milioni di lavoratori in più di 530 mila imprese (dati

Istat Infocamerie n.d.r.). Abbiamo già riscontrato interesse e grande disponibilità da parte delle imprese per offrire la possibilità ai lavoratori di sottoporsi al vaccino. Questo a testimonianza del forte senso di responsabilità di tante aziende e imprenditori, dimostrato

già nei momenti più duri di questi mesi difficilissimi".

Ha avuto ufficialmente inizio il progetto "WEIT - Work placement in Europe to Improve the Tourism sector in Italy" finanziato dall'Agenzia Nazionale INAPP all'interno del programma Erasmus+. Il progetto coinvolge Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e le scuole di invio ITC ITE "Fabio Besta", I.I.S. "Claudio Varalli", ITCG "Achille Malpelli" con il partenariato nazionale di IFOM (Istituto per la Formazione, l'Occupazione e la Mobilità) e AFOL Metropolitana (Agenzia Metropolitana per la Formazione, l'Orientamento e il Lavoro). L'iniziativa si rivolge agli studenti degli istituti tecnici con indirizzo turistico e prevede lo svolgimento di uno stage in un'azienda estera della durata di un mese per 95 studenti delle classi terze e quarte e di tre mesi (ErasmusPRO) per 15 neodiplomati. Il progetto WEIT offre e finanzia l'opportunità agli studenti di mettersi alla prova in un contesto europeo in ambito turistico riducendo lo "skill mismatch" tra educazione e mercato del lavoro e rafforzando le competenze professionali, trasversali e personali degli studenti. Inoltre - alla luce del nuovo scenario di emergenza epidemiologica - i ragazzi/e beneficiari/e del progetto avranno l'opportunità di riscoprirsi agenti attivi nel nuovo



Progetto "WEIT -Work placement in Europe to Improve the Tourism sector in Italy"

mercato del turismo post-pandemico apportando un valore aggiunto significativo alle imprese del nostro territorio in un contesto di ripresa.

I primi flussi di studenti interesseranno 23 studenti dell'ITC ITE "Fabio Besta" a partire da fine maggio. Seguiranno due flussi da 15 studenti dell'ITCG "Achille Malpelli" a giugno e ottobre e tre flussi da 15 studenti dell'I.I.S. "Claudio Varalli" a luglio e settembre. A partire dall'estate, anche 15 diplomati 2021 dei 3 istituti effettueranno la

mobilità ErasmusPRO di 3 mesi. Le destinazioni individuate sono: Tenerife (Isole Canarie - Spagna), Kalamata (Grecia), Clonakilty (Irlanda), dove i beneficiari troveranno un contesto lavorativo dinamico e a forte vocazione turistica.

Per maggiori informazioni sul progetto o su altre opportunità europee volte a potenziare competenze professionali spendibili sul lavoro si possono consultare i siti web <http://www.erasmusplus.it/> e <https://weit-erasmus.weebly.com/> oppure si può contattare l'organismo capofila del progetto (IFOM) all'indirizzo: office@ifom.info.

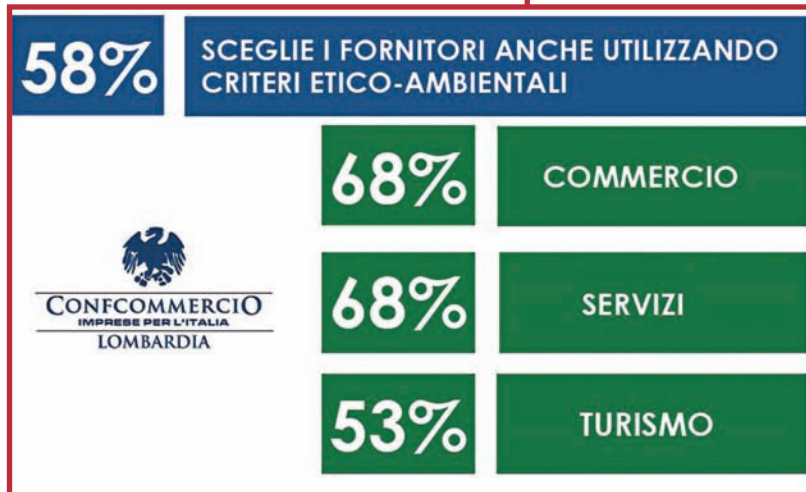


I risultati del sondaggio di Confcommercio Lombardia tra oltre 700 aziende illustrati nel corso dell'evento "4Green" per Milano Digital Week

Da 7 imprese lombarde su 10 azioni all'insegna della sostenibilità

Sette imprese del terziario lombardo su 10 hanno già attivato azioni sostenibili. Gli imprenditori però sollecitano interventi per essere accompagnati nel percorso verso la sostenibilità, in particolare dalle istituzioni: per essere più "green" il 45% delle imprese chiede incentivi fiscali, il 40% finanziamenti a tasso agevolato o a fondo perduto, il 34% corsi di formazione gratuiti o a basso costo.

Sono alcuni dei dati emersi dal sondaggio realizzato da Confcommercio Lombardia tra oltre 700 imprese, i cui risultati sono stati



un tema, quello della sostenibilità, che sarà al centro di una quota importante dei fondi europei del recovery plan.

“Il mondo del terziario si sta fortemente impegnando per accompagnare le imprese verso la sostenibilità e la trasformazione digitale. Nell'ultimo anno il digitale è cresciuto a doppia cifra nelle abitudini e nei consumi - ha affermato il presidente Carlo Sangalli - Digitale e green sono quindi leve determinanti per lo sviluppo futuro della società post-Covid”. La ricerca condotta da Confcommercio Lombardia ha evidenziato come il 73% delle

imprese abbia già attuato azioni per la riduzione dell'impatto ambientale, mentre l'86% si è detto consapevole di una sensibilità sul tema diffusa tra i consumatori. Importante sottolineare che le imprese attivano misure non soltanto secondo "obblighi di legge", ma esiste un diffuso grado di proattività e di investimento economico dal momento che il 53% delle imprese dei servizi si è attivata per ridurre i rifiuti prodotti (non solo per smaltirli correttamente), che il 31% delle imprese del turismo afferma di fare attenzione ad approvvigionarsi di energia da fonti rinnovabili, che il 39% delle imprese del commercio ha studiato iniziative per ridurre imballaggi e modificato il packaging.

illustrati nel corso dell'evento "4Green, per un terziario digitale e sostenibile" organizzato nell'ambito della Milano Digital Week 2021. All'evento online hanno partecipato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Guido Guidesi, il vicepresidente di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti, il direttore del Centro Ricerche Green dell'Università Bicconi Marco Percoco e il direttore operativo di Cariplo Factory Riccardo Porro. L'analisi ha rilevato che una vera e propria rivoluzione "green" è già in atto tra le imprese di commercio, servizi e turismo della Lombardia su

Particolare importanza riveste la scelta dei fornitori sulla base di criteri etico-ambientali, effettuata dal 68% delle imprese del commercio e dei servizi

“Questo ci dice due cose: da un lato le imprese accolgono gli stimoli dei consumatori, molto sensibili sul tema. Dall'altro il terziario emerge come motore del cambiamento, con scelte consapevoli e proattive che influiscono su tutta la filiera”

ha commentato il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti. “Digitalizzazione e sostenibilità non possono prescindere l'uno dall'altra. Non è possibile immaginare la transizione ecologica senza che il digitale modifichi positivamente la qualità della vita dei territori. E in questo compito svolgono un ruolo determinante le piccole imprese come interfaccia con i consumatori, capaci mai come in questo momento, di modi-

Sangalli:
forte impegno del terziario. Digitale e green leve determinanti



Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio

FORMAZIONE: COSA CHIEDONO LE IMPRESE



ficare anche il mondo della produzione dei beni” ha sottolineato Marco Percoco, direttore Centro Ricerche Green Università Bocconi.

Tra le criticità segnalate dalle imprese che ancora non hanno potuto attivarsi sui temi della sostenibilità: la mancanza di competenze o risorse umane qualificate (61%) o l'assenza di budget (59%).

“L'economia circolare è un nuovo paradigma di sviluppo

economico e le imprese devono essere guidate verso questo tipo di transizione - ha spiegato Riccardo Porro, direttore operativo di Cariplo Factory - un'operazione fondamentale anche per cogliere opportunità di business secondo le nuove richieste del mercato”. Per questo la formazione diventa un tema prioritario, in particolare sui temi delle competenze digitali (necessità del 43% delle imprese dei servizi) e della sostenibilità ambientale e dell'economia circolare (36,5% delle imprese dei servizi, 31% del commercio).

RICHIESTE E ATTESE DELLE IMPRESE | PRINCIPALI EVIDENZE

PER ESSERE PIU' "GREEN", COSA CHIEDE ALLE ISTITUZIONI?

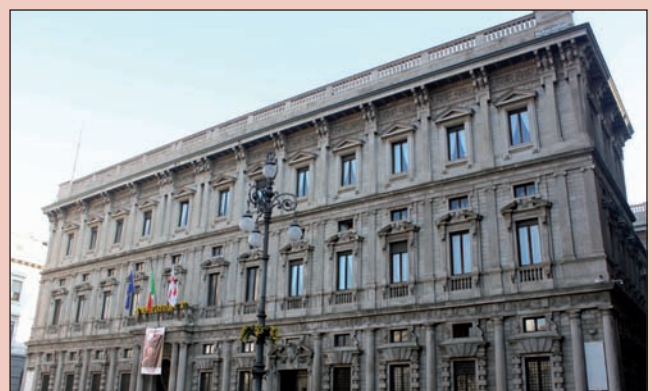


TRIBUTI, AUTORIZZAZIONI E CONCESSIONI:

IL CONSIGLIO COMUNALE DI MILANESE APPROVA IL NUOVO CANONE UNICO

Il Consiglio Comunale di Milano ha approvato il nuovo regolamento del Canone comunale di concessione: il cosiddetto Canone Unico (CU), previsto dalla legge 160/2019, che riguarda il canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria (riguarda anche il canone di concessione degli spazi destinati ai mercati) e sostituisce i tributi locali (Cosap, canone per occupazione spazi pubblici; ICP, imposta comunale pubblicità e diritto pubbliche affissioni; CIMP, canone installazione mezzi pubblicitari e il canone di concessione degli spazi destinati ai mercati), con l'obiettivo di razionalizzarli.

Il regolamento approvato dal Consiglio Comunale pre-



vede la medesima disciplina rispetto a quella esistente, la continuità impositiva e l'invarianza di gettito. (AL)

FIMAA Milano Lodi Monza Brianza Mercato immobiliare residenziale milanese Il Sentiment con le aspettative degli operatori nel primo quadrimestre

Dall'Ufficio Studi di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza, l'Associazione degli agenti immobiliari e merceologici (aderente alla Confcommercio milanese) le ultime indicazioni sull'andamento del mercato immobiliare residenziale con il Sentiment aggiornato (a febbraio) e le aspettative degli operatori per il primo quadrimestre 2021. Il Sentiment FIMAA Milano Lodi Monza Brianza è, dal 2005, la messa a sistema del "percepito" degli agenti immobiliari associati (espresso in termini di variazioni di quattro indicatori: domanda, offerta, scambi e prezzi) e viene sintetizzato in un indice che rappresenta l'ottimismo/pessimismo nei confronti del mercato. "In un tempo di incertezze come quello che stiamo vivendo - afferma Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza - è indispensabile cogliere le dinamiche in essere per ipotizzare i trend del mercato nel breve e medio periodo. Crediamo che l'esperienza quotidiana dei nostri Associati, sintetizzata nel Sentiment, fornisca preziose indicazioni".

MILANO CITTÀ

Siamo in una fase di rallentamento della domanda per il mercato residenziale. Chi è ora impegnato nella ricerca di una casa prosegue nel suo intento. Ma chi ancora non aveva deciso di farlo, preferisce rimandare la ricerca e aspettare qualche mese. Si è dimezzata la percentuale degli agenti immobiliari che rileva, per il primo quadrimestre in corso, un aumento della domanda nel mercato residenziale: dall'84,6% degli ultimi 4 mesi del 2020 all'attuale 42,2%. Gran parte delle preferenze perse si è però riversata nell'aspettativa di stabilità cresciuta al 43,1% dal 12,8%. La percentuale di operatori che percepiscono un calo di domanda è aumentata, ma in misura più contenuta: dal 2,6 al 14,7%.

L'offerta è stabile o in crescita.

E i prezzi non salgono

Sul fronte dell'offerta è l'aspettativa di stabilità a prevalere: dal 20,8% del periodo settembre-dicembre 2020 al 41,7% del primo quadrimestre 2021. E' in calo la percentuale degli operatori che intravedono una diminuzione d'offerta: dal 55,8 al 20,4%. Mentre aumenta la percentuale di chi vede un aumento di offerta: dal 23,4 al 37,9%. Anche in questo caso pare prevalere l'attendimento, come evidenziano anche le percezioni sui prezzi che, per il 60,4%, sono rivolte alla stabilità (il dato era del 15,8% nel quadrimestre precedente). È invece crollata la percentuale di coloro che, per il quadrimestre in corso, si aspettano un aumento dei prezzi: il numero è sceso dall'81,6% al 31,7%.

Il numero degli scambi

Ecco le indicazioni emerse dal Sentiment di FIMAA MiLoMb sul numero di scambi atteso per il quadrimestre in corso: 32,3% in aumento, 28,3% in diminuzione e 38,4% stabile. Per quanto riguarda le previsioni degli operatori sui prossimi mesi il numero di scambi è destinato a crescere secondo il 39% mentre rimarrà stabile per il 36%. La maggioranza dei professionisti dell'immobiliare prevede inoltre una stabilità dei prezzi (62,4%), così come degli sconti praticati in sede di trattativa (56,7%). L'indice sintetico della compravendita, che misura il grado di ottimismo/pessimismo degli operatori in base all'andamento dell'attività monitorata dai 4 indici analitici (domanda, offerta, scambi e prezzi) resta comunque in territorio abbondantemente positivo: al 124%, ben sotto il massimo del 176% del terzo quadrimestre 2019, ma a distanza enorme dal minimo storico del



Vincenzo Albanese,
presidente di FIMAA
Milano Lodi
Monza Brianza

terzo quadrimestre 2008 (in coincidenza con il fallimento di Lehman Brothers e lo sboom della bolla subprime) quando segnava il 49%, o in coincidenza con la crisi dei debiti sovrani tra primo quadrimestre 2012 e primo quadrimestre 2013, con variazioni tra il 51 e il 54%.

Le locazioni: mercato più in difficoltà

Dall'analisi dei dati che emergono dal Sentiment di FIMAA MiLoMb il mercato delle locazioni appare più in difficoltà. L'indice sintetico nel primo quadrimestre 2021 ha infatti fatto segnare il nuovo minimo storico dal 2005 (anno in cui si è iniziato a calcolare l'indice)

all'85%. Anche i singoli indici, peraltro, sono tutti volti verso il basso, con tutte le implicazioni che ciò può comportare in termini di acquisto della casa a scopo di investimento (motivazione che con l'emergenza Covid ha perso molto appeal).

AREA METROPOLITANA DI MILANO

Si consolida la nuova domanda che, a causa del Covid, predilige metrature più ampie e soluzioni con spazi esterni rispetto alla location più vicina al centro città. Nel primo quadrimestre 2021, per il 72,5% degli operatori, la domanda di abitazioni continuerà ad aumentare a fronte di un'offerta che non mostra, invece, una direzione altrettanto precisa: per il 37,5% degli operatori crescerà, per il 35% si ridurrà e per il restante 27,5% resterà stabile. L'attesa staticità dei prezzi di compravendita (52,5%) dovrebbe comunque favorire la conclusione di un buon numero di transazioni (destinate ad aumentare per il 57,9%). L'indice sintetico delle compravendite, al 126%, non si trova a grandissima distanza dal massimo storico del 144% del terzo quadrimestre 2019, mentre è invece molto distante dai minimi storici del 26% del secondo quadrimestre 2012. Per quanto riguarda le previsioni sui prossimi mesi, a prevalere sono l'aumento del numero di scambi per il 67,5%; la stabilità dei prezzi di vendita per il 57,5% e la stabilità degli sconti concessi in sede di trattativa per il 68,4%. E' buono lo stato lo stato del mercato anche per quanto riguarda le locazioni con un indice sintetico al 129%, al di sopra della media quadrimestrale calcolata dal 2005.

Dalle 20 alle 6 di tutti i giorni della settimana
L'annuncio del Comune

Milano: nel 2022 ztl serale all'Isola

Il Comune di Milano, con l'assessore a Mobilità e Lavori pubblici Marco Granelli, ha annunciato l'istituzione, nel 2022, di una Ztl serale (dalle 20 alle 6 tutta la settimana) nel quartiere Isola. Il provvedimento si applicherà nel quadrilatero delimitato da via Guglielmo Pepe, via Carlo Farini, viale Stelvio, viale Zara e con l'inclusione dell'area compresa tra via Pola, via Ippolito Rosellini, via Filippo Sasseti e via Gaetano de Castilia e del cavalcavia Bussa. In deroga ai divieti, sarà consentito il transito e la sosta ai residenti e ai domiciliati nelle località comprese nell'area individuata, alle persone con disabilità, alle biciclette e ai mezzi di soccorso, di emergenza e di polizia, ai veicoli di supporto a manifestazioni, a eventi e a servizi essenziali, previa autorizzazione del competente Comando di zona della Polizia Locale, ai taxi e ai veicoli adibiti a servizio di noleggio con conducente. Sarà invece consentito il solo transito ai pos-



essori di box o posto auto situato all'interno dell'area e ai veicoli diretti ai parcheggi in struttura il cui accesso avviene dalle vie incluse nell'area oggetto del provvedimento di zona a traffico limitato. Sono inoltre in attuazione interventi volti ad aumentare l'offerta di sosta "gialla" dedicata esclusivamente ai residenti. Interventi di urbanistica tattica anche in piazza Minniti e in via Toce e nel cavalcavia Bussa. (AL)

Confcommercio Milano: mancato totalmente il confronto

Ztl serale a Milano al quartiere Isola dal 2022: la decisione presa dal Comune con l'assessore a Mobilità e Lavori pubblici Marco Granelli è stata presa senza alcun confronto. Lo ha rilevato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano: "ci saranno anche stati, chissà quando, incontri a livello di Municipio. Peccato che su quest'iniziativa, così impattante in un'area cittadina di grande rilievo dal punto di vista commerciale, l'assessorato competente si sia ben guardato dal farsi vivo. Con noi, con il Distretto del Commercio dell'Isola – ignorato – con gli operatori. Vedo che in questo periodo a Palazzo Marino va di moda il 'doppiopesismo': decisionisti per l'Isola nel peggior stile inaugurato in epoca Covid con le piste ciclabili e, invece, totalmente silenti ed attendisti (da tre anni) per l'isola pedonale richiesta da operatori commerciali e residenti in via Ascanio Sforza sul Naviglio Pavese".

"Auspichiamo – ha concluso Barbieri – che questo modo di agire, da parte del Comune, venga accantonato al più presto. La città, con un traffico ridotto per l'emergenza Covid, sta già scontando i guasti di interventi viabilistici improvvisati.

Ztl all'Isola, scoppia la polemica Commercianti contro il Comune

MILANO

È polemica sulle isole pedonali. Confcommercio prende di mira il Comune dopo che l'amministrazione ha annunciato una nuova Zona a traffico limitato nel quartiere Isola nel 2022, una Ztl serale dalle ore 20 alle ore 6 tutti i giorni della settimana, a tutela dei cittadini residenti. Il di-

SCONTRO SULLA MOBILITÀ

L'ira di Confcommercio per la Ztl all'Isola: «Ignorati dalla giunta»

Barbieri: «Comune doppiopesista: qui deciso, zitto da 3 anni sull'isola di Ascanio Sforza»

CENTRODESTRA ALL'ATTACCO
«Progetti improvvisati
che danneggeranno
sia i locali che i residenti»

tasso di mobilità delimitata da via Pepe, Farini, Stelvio, viale Zara e con l'inclusione dell'area tra via Pola, Rosellini, Sasseti e De Castilia e dal cavalcavia Bussa. La reazione

con gli operatori». Barbieri sottolinea in Confcommercio l'Isola guardato

Sulla ztl sono state compiute analisi specifiche d'impatto? Si sono tenute presenti tutte le tipologie di attività commerciali? Rischio desertificazione del quartiere

La polemica

Commercianti contro la Ztl al quartiere Isola "Desertificherà la zona"

«Questa Ztl non significhi desertificare un quartiere», è il polemico commento di Marco Barbieri segretario generale di Confcommercio Milano, annunciata domenica a sorpresa dal Comune di una Zona a traffico limitato all'Isola delimitata da via Guglielmo Pepe, via Stelvio, viale Zara. Una delle zone più animate alla sera (in tempi di locali) giunta vuole appunto tutelare dal traffico serale. La decisione entrerà in vigore l'anno venturo ma, è l'obiezione che arriva dai commercianti, è stata presa senza alcun confronto. «Ci saranno anche stati, chissà quando, incontri a livello di Municipio – obietta infatti Barbieri – Peccato che su quest'iniziativa, così impattante in un'area cittadina di grande rilievo dal punto di vista commerciale, l'assessorato competente

Barbieri
"Novità
decisa in
Comune
senza
confronto
solo per
fare
cassa"

Due pesi e due misure del Comune: decisionisti al quartiere Isola, silenti e attendisti (ormai da tre anni) per l'isola pedonale chiesta da operatori commerciali e residenti in via Ascanio Sforza sul Naviglio Pavese

La futura Ztl all'Isola per ora sembra avere un solo significato: fare cassa. Non sappiamo se sono state compiute analisi specifiche d'impatto del provvedimento e se si sono tenute presenti tutte le tipologie d'attività commerciali. Speriamo che questa Ztl non significhi desertificare un quartiere vivo".

I VANTAGGI DI CONFCOMMERCIO MILANO: RIDUZIONE DI COMMISSIONI CARTE E DI ALTRI COSTI BANCARI



Confcommercio Milano, grazie ad accordi riservati con alcune delle principali banche, offre ai soci un risparmio su: **servizio Pos, gestione di conto corrente, commissioni e prodotti bancari.**

E ai soci fedeli, condizioni ancora più vantaggiose. Tutte le convenzioni bancarie offerte possono essere consultate sul sito nella sezione dedicata a banche, pos e servizi d'incasso.

**Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che cercano
un costo giusto anche con le banche.**

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

Creare norme ad hoc che favoriscano i progetti editoriali audio destinati alla fruizione su richiesta (podcast).

Incentivare i progetti di web radio delle imprese italiane con almeno il 70% della programmazione in lingua inglese. Sostenere le imprese che sviluppano progetti legati alla realtà virtuale, rilanciare il settore videoludico.

Da Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, tre proposte - contributo per il documento di Impresa Cultura Italia Confcommercio, l'organismo di coordinamento delle imprese culturali e creative - per accedere con il PNRR, il Piano nazionale di Ripresa e Resilienza, ai fondi di Next Generation EU.

"I brand devono parlare ai propri consumatori e creare engagement con conversazioni sempre più personalizzate. Le tematiche predominanti di omnicanalità, intelligenza artificiale, programmatic advertising, social media marketing e influencer marketing - spiega Umberto Bellini, presidente di Asseprim - hanno avviato un percorso di evoluzione che, complice la pandemia, ha subito una rilevante accelerazione e diffusione nel mercato in cui emergono nuove forme e strumenti di comunicazione".

"Tuttavia - aggiunge Bellini - in Italia numerose professioni della comunicazione digitale non godono di regolamentazioni adeguate. Se il nostro Paese vuole stare al passo con il contesto internazionale è necessario un cambiamento in tempi rapidi".



Umberto Bellini,
presidente
Asseprim



L'Italia è indietro rispetto agli altri Paesi. Le proposte per accedere, con il PNRR, ai fondi europei. Il presidente Umberto Bellini: aiutare le imprese potrebbe essere di grande aiuto anche per creare occupazione qualificata

Podcast, web radio, realtà virtuale, videogame Asseprim: cambiare passo nel sostegno alla comunicazione digitale

"La caccia al talento digitale è diventata una delle chiavi imprescindibili per interpretare e cogliere le opportunità di business; aiutare le imprese italiane in questi settori - afferma Bellini - potrebbe essere di grande aiuto anche per creare occupazione qualificata. Ma sono necessari incentivi mirati e un adeguato sostegno finanziario". Il gap dimensionale è tuttora grande rispetto ad altri Paesi dell'Unione Europea dove gli interventi pubblici esistono da anni. Asseprim propone, quindi, interventi specifici: dal credito di imposta a garanzie statali per finanziamenti bancari, a incentivi fiscali per l'investimento di capitali nel settore e interventi ad hoc come, per i videogiochi, incentivi fiscali a soggetti esteri che decidono di pubblicare i prodotti nel nostro Paese.

Podcast - Il Podcast si sta sempre più imponendo. In Italia, a partire dal 2018, ha registrato una crescita annuale del 20% degli ascoltatori, attualmente 12 milioni. Il podcast è uno strumento utile a favorire innovazione sociale e culturale, a raccontare il territorio, la cultura, l'arte, il turismo. "Uno strumento di storytelling digitale - afferma Bellini - che coinvolge competenze trasversali". Il settore dei podcast presenta grandi potenzialità: riesce a intercettare le fasce più giovani di utenti, ma non solo. Nonostante la popolarità, il mercato è però ancora acerbo e l'attività di podcaster rimane secondaria e non ufficializzata. Spesso è un lavoro affiancato a un'altra attività professionale e i podcaster fanno fatica a monetizzare la propria attività. Sono poche le case italiane di produzione. Eppure il business comprende numerose figure professionali: dalla produzione audio, al marketing, al content creation.



Web radio - La web radio è l'evoluzione tecnologica della radio tradizionale. Asseprim ricorda quanto la radio costituisca un mezzo di diffusione e comunicazione che occupa sempre un posto di rilievo nella pianificazione delle comunicazioni commerciali aziendali. "È indispensabile - sostiene Bellini - rafforzare la comunicazione internazionale radiofonica utilizzando la lingua inglese per raggiungere una platea più ampia e dare un contributo, pensiamo al turismo, al rilancio del brand Italia". Inoltre andrebbero previsti interventi di supporto specifici come, ad esempio, finanziamenti a fondo perduto per le imprese italiane che creano e sviluppano web radio.

tra aziende e utenti finali imprimendo uno sviluppo digitale riguardante l'acquisizione di clienti, la gestione delle relazioni con gli stessi e il digital engagement. Asseprim evidenzia come la realtà virtuale costituisca uno strumento di diffusione globale che raggiunge le fasce più giovani ed è di facile fruizione. I costi di avvio ingenti e i tempi medio-lunghi di ritorno degli investimenti, tuttavia, scoraggiano gli imprenditori e le istituzioni, nonostante il settore sia più che promettente.



Videogiochi - Una considerazione a parte merita il tema dei videogame: nonostante l'elevata domanda l'Italia, mercato ricco e pieno di talenti professionali, è terreno d'affari per altri. Negli ultimi tre anni gli sviluppatori italiani di maggiori dimensioni sono stati quasi tutti acquisiti da compagnie straniere. Il potenziale mercato per tutto il comparto nazionale valeva 159 miliardi di dollari nel 2020: "per mettersi al passo con gli altri Paesi europei - rileva Bellini - l'Italia deve dare maggiore dignità al settore promuovendone il valore culturale e considerandolo alla pari delle altre produzioni ludico-culturali. Tutto questo sarà possibile soltanto con l'organizzazione di convegni, fiere internazionali, occasioni di confronto e percorsi formativi adeguati".

L'offerta formativa dedicata al videogioco si rivolge a un'utenza molto limitata e manca una legislazione per il settore videoludico che è assimilato ad altri settori. Ad oggi, rileva Asseprim, non ci sono riferimenti normativi e contrattuali specifici, non sono state definite le attività professionali e nemmeno un codice Ateco.





Con Centripresa ho l'opportunità di avere una **gestione della contabilità** su misura e specializzata nella mia categoria! Ma soprattutto dei professionisti che mi danno consulenza, risposte e supporto.



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



Centripresa è al tuo fianco per risolvere tutte le incombenze che riguardano i servizi contabili e fiscali e tutte le attività ad essi correlate.

Centripresa è un "CAF imprese" che ti offre una gestione della contabilità e delle dichiarazioni su misura, con personale qualificato e costantemente aggiornato sulle tematiche contabili e fiscali relative alle attività delle aziende di ogni categoria di commercio, servizi, turismo e professioni. Una grande opportunità riservata solo ai soci di Confcommercio.

Altri servizi offerti: ▶ Apertura partita IVA e dichiarazioni di inizio, variazione e cessazione attività ▶ Comunicazione periodica IVA ▶ Versamenti e dichiarazione IMU/TASI ▶ Compensi a terzi e modello 770 ▶ Modello Intrastat ▶ Modello Black list ▶ Spesometro ▶ Assistenza per il contraddittorio con gli uffici ▶ Servizio ai sostituti di imposta per la predisposizione del modello 730 ▶ Servizio di archiviazione ottica sostitutiva ▶ Gestione PEC ▶ Trasmissione e conservazione sostitutiva Fatture elettroniche

CENTRIMPRESA

Corso Venezia, 47 a Milano e presso le sedi delle Associazioni Territoriali.

NUMERO DI TELEFONO UNICO: 02.7750.616

Orari dal lunedì al giovedì dalle 8,30 alle 17,30 e venerdì dalle 8,30 alle 16,30

Per informazioni e preventivi gratuiti info@centripresa.it

Fnaarc a Regione Lombardia: sospendere il pagamento del bollo auto agli agenti e rappresentanti di commercio

Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio, ha chiesto all'assessore a Bilancio e Finanza di Regione



Lombardia Davide Carlo Caparini l'esenzione del pagamento del bollo auto per la categoria degli agenti, come previsto dalla mozione approvata all'unanimità dal Consiglio Regionale lombardo il 1° dicembre 2020 (con i contributi alle imprese e alle partite Iva). Sono 36.600 gli agenti e rappresentanti di commercio in Lombardia e, ha sottolineato Fnaarc, contribuiscono in maniera rilevante allo sviluppo della piccola e media impresa sul territorio. Con l'emergenza Covid gli agenti sono tra le categorie maggiormente penalizzate nello svolgimento della propria attività. L'aumento dei costi legati alla mobilità, i ricavi in discesa e i sostegni governativi finora inadeguati, mettono a rischio il lavoro di tanti agenti. L'auto - ha proseguito Fnaarc - è come l'ufficio per un agente di commercio: uno strumento di lavoro fondamentale. Con la



Alberto Petranzan, presidente di Fnaarc

Attuare pienamente la mozione del Consiglio regionale, approvata nel dicembre 2020, finora applicata solamente a taxi, ncc e bus turistici

“Alla luce delle nuove restrizioni anti-Covid che stanno penalizzando ancora di più il lavoro degli agenti e in un momento di profonda crisi, chiediamo a Regione Lombardia di attuare con urgenza la sospensione del bollo auto per la nostra categoria. Un piccolo sostegno che può dare sollievo a migliaia di professionisti”, ha affermato Alberto Petranzan, presidente Fnaarc. “Sostenere il lavoro degli agenti e rappresentanti di commercio significa mobilitare un'intera categoria che permette lo sviluppo e la crescita di molteplici settori merceologici. Quindi - conclude Petranzan - vuol dire offrire un'opportunità di ripresa e di crescita all'economia del territorio”.

mozione approvata dal Consiglio Regionale si impegna la Giunta Regionale e l'assessore competente a

sospendere il bollo auto per tutte quelle attività dove l'utilizzo dell'autoveicolo risulta essenziale per lo svolgimento della propria attività, quindi anche gli agenti e rappresentanti di commercio. Fnaarc chiede perciò chiarezza a Regione Lombardia sulle tempistiche di attuazione del provvedimento: su quando la sospensione del bollo auto sarà riconosciuta anche agli agenti e rappresentanti di commercio. Ad oggi, infatti, ha rilevato Fnaarc, la sospensione è stata concessa solamente a taxi, ncc e bus turistici (vedi *Unioneinforma* di marzo a pagina 9 n.d.r.).

Reverse factoring per la filiera della moda Collaborazione Assomoda-Best Showroom con Guber Banca

Assomoda - Best Showroom con Guber Banca per un progetto di reverse factoring a favore della filiera della moda. L'Associazione si unisce all'iniziativa della piattaforma Anticipo102 promossa da Guber. Il reverse factoring - ha spiegato Mauro Cianti, fondatore e ceo di Don The Fuller Jeans - è il grande valore aggiunto di un progetto che permetterà alle aziende della moda di avere accesso a liquidità immediata. Questo strumento pare ancora sconosciuto



Giulio Di Sabato, presidente Assomoda e Best Showroom



ai più del nostro settore, ma è rivoluzionario: i fornitori di un grande marchio possono chiedere a Guber di beneficiare del pagamento anticipato delle fatture emesse e, entro tre giorni dalla conferma da parte del capofiliera, ricevono il bonifico direttamente dalla banca. Un beneficio a favore dell'intero sistema”. “Un aiuto concreto e immediato che porterà nuova liquidità nelle casse dei protagonisti della filiera e che darà nuovo impulso all'economia e una speranza agli imprenditori coraggiosi. Le banche come Guber sono le uniche a poter salvare questo sistema” ha affermato Giulio Di Sabato, fondatore di Sari Spazio Fashion Showroom e presidente Assomoda - Best Showroom. (SM)

CONFCOMMERCIO MILANO SVILUPPA IL TUO LAVORO CON LE CONVENZIONI E IL NETWORKING TRA TE E LE AZIENDE ASSOCIATE



Con Confcommercio Milano hai tante vantaggiose convenzioni per te e per i tuoi collaboratori. Sarai parte di un network per poter trovare i fornitori ideali, professionali e di fiducia, inoltre potrai tu stesso proporti come fornitore di tutti gli altri associati e dei loro dipendenti.

Confcommercio Milano, l'Unione di quelli che cercano nuove opportunità di business e di risparmio con la collaborazione e il networking.

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


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

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



Raffaele Volpe, nuovo presidente di Dismamusica

Antonio Monzino proclamato per acclamazione presidente onorario

Secondo i dati raccolti da Dismamusica, si tratta di un dato medio che trova conferma anche tra le aziende di produzione e importazione di strumenti musicali mentre il settore audio professionale registra perdite maggiori a causa del blocco delle attività dello spettacolo dal vivo.

Il 67% dei dettaglianti italiani ha rilevato un calo della marginalità nel 2020 ed il 56% vede a rischio la stabilità della propria azienda con l'8,5% che non esclude di dover cessare l'attività.

I punti critici che affliggono il comparto, secondo i rivenditori italiani, sono rappresentati dalla presenza di piattaforme,

soprattutto straniere, che operano online beneficiando di normative non equilibrate; da una marginalità troppo bassa, dall'aliquota Iva ordinaria inadeguata a sostenere lo strumento musicale come prodotto culturale

e da una domanda che resta a livelli modesti anche a causa dell'inesistente politica di incentivazione per la pratica dello strumento musicale, ivi compresa l'assenza dello strumento tra le materie di insegnamento obbligatorio nelle scuole.

“Il contesto economico generale, così come quello specifico del settore, restano fortemente critici – afferma il neopresidente Volpe – ed amplificano le problematiche strutturali di un comparto piccolo in termini di fatturato globale, ma fondamentale in quanto generatore di cultura e benessere.

Nell'assumere la presidenza dell'Associazione desidero riaffermare il ruolo della musica attiva quale imprescindibile supporto allo sviluppo integrale ed armonico della persona nella sua dimensione culturale e sociale. Ringrazio Antonio Monzino, con il quale continueremo a lavorare fianco a fianco, per il grande lavoro da lui avviato sul tema della piena valorizzazione della pratica musicale e delle necessità di interventi strutturali ed organici a sostegno del settore.

L'Italia, patria della musica a livello mondiale, è ancora clamorosamente arretrata sul piano del

'fare musica'. È un ritardo che non ci possiamo più permettere di subire: l'Associazione continuerà a fare

Indagine sul retail specializzato: anche il 2021 un anno difficile. Il 56% vede a rischio la stabilità della propria azienda. Italia in ritardo nel dare alla musica il ruolo che le compete

la propria parte, ma chiediamo che anche i decisori istituzionali facciano la loro”.



Dismamusica Raffaele Volpe nuovo presidente

E Raffaele Volpe, amministratore delegato della filiale italiana di Yamaha Music Europe, il nuovo presidente di Dismamusica, l'Associazione dei produttori e

distributori di strumenti musicali (aderente alla Confcommercio milanese). Volpe raccoglie il testimone da Antonio Monzino proclamato per acclamazione presidente onorario. L'assemblea elettiva ha eletto i nuovi organi direttivi per il triennio 2021 – 2023. Completano il nuovo Consiglio di Dismamusica: Mauro De Nadai (Lucky Music), Stelvio Lorenzetti (Algam Eko), Filippo Michelangeli (Michelangeli Editore), Paolo Molteni (Molteni Strumenti musicali), Laura Moro (Edizioni Curci) e Fulvio Pesenti (Proel). Nel corso dei lavori assembleari è stata presentata l'indagine sul retail specializzato italiano realizzata tra gennaio e febbraio di quest'anno. Il 2020 si è chiuso con un segno negativo rispetto al 2019 per l'84% degli operatori intervistati.

Mediamente i negozianti italiani di strumenti musicali hanno dichiarato una perdita del 20% di fatturato e prevedono un ulteriore calo del 3% nel 2021.



Antonio Monzino presidente onorario

L'indagine Assorologi con GfK Italia Pesano sul mercato degli orologi da polso le chiusure dei negozi per la pandemia

Il mercato italiano degli orologi da polso nel 2020 vale circa 1,51 miliardi di euro, con una contrazione pari al 28% rispetto al dato 2019.

Questa è la stima resa nota da Assorologi in collaborazione con GfK Italia sulla base di un'analisi comparativa delle diverse fonti di informazione disponibili, tra cui l'indagine mensile realizzata da GfK per monitorare le vendite di orologi da parte dei punti di vendita (Retail Panel), la ricerca annuale che la stessa GfK realizza per conto dell'Associazione sugli acquisti di orologi da polso da parte del consumatore italiano (Consumer panel), i dati relativi all'interscambio con l'estero forniti da Istat e dalla Federazione dell'industria dell'orologeria svizzera.

Entrando nel merito delle due rilevazioni - Retail e Consumer - realizzate da GfK, l'indagine sulle orologerie tradizionali (nelle quali effettuano acquisti consumatori italiani e stranieri) evidenzia una forte contrazione sia a valore (-35%) sia a quantità (-33%), motivata dalle ripetute chiusure dei punti di vendita dovute all'emergenza Covid ed alla contestuale assenza di turismo internazionale. Mentre l'indagine Consumer Orologi 2020 condotta sul solo consumatore italiano indipendentemente dal canale d'acquisto, mostra un dato meno grave: questo mercato perde il 7,5% a valore mentre il numero degli acquirenti risulta pari a 4,8 milioni di individui (contro i 5,6 milioni registrati lo scorso anno). La pandemia ha dato un ulteriore slancio al canale Internet,

già da anni in evidente e costante crescita: le vendite transitate dal web (siti ufficiali, aste e commercio elettronico) a volume sono arrivate al 39,5% (erano il 31,7% lo scorso anno) per un valore del 30,4% contro il 21,2% di un anno fa. Il canale gioiellerie ed orologerie (tradizionali o ubicate all'interno di un centro commerciale) subisce il contraccolpo delle chiusure in numero di pezzi: nel 2020 da questo canale è transitato il 41% delle vendite a quantità (era il 47% nel 2019) ed il 51% a valore (era il 52%). I driver di acquisto più importanti sono il design (33%), la marca (29%) e il prezzo (25,5%). L'indagine sul consumatore fornisce anche indicazioni sulle intenzioni di acquisto per il 2021 rafforzando i motivi di ottimismo con un ulteriore spiraglio di positività, poiché stima in quasi 3,9 milioni di consumatori (+36% rispetto allo scorso anno) coloro che intendono acquistare un orologio da polso nel corso del 2021. Chiude la ricerca un focus sul segmento "Smartwatch", che evidenzia un bacino di possessori costituito da circa 7,7 milioni di italiani e una buona propensione all'acquisto futuro (35%).

Quando abbiamo deciso di continuare l'analisi del mercato, nonostante la drammatica situazione emergenziale che si è abbattuta sulle nostre aziende, eravamo consapevoli che avremmo avuto un quadro impietoso della realtà - ha affermato il presidente di Assorologi Mario Peserico - Questi numeri non ci stupiscono: la perdita totale del turismo internazionale e dei visitatori business dall'estero ha azzerato una parte molto importante di acquisti in Italia e la prolungata e ripetuta chiusura dei punti di vendita ha fatto il resto".

Con aperture più stabili delle attività commerciali l'obiettivo è di "uno scenario di ripresa almeno per la seconda parte del 2021, che ci permetta di arrestare la flessione e iniziare a ripartire. Quando potremo riprendere il nostro lavoro in sicurezza e in contesti di una normalità ritrovata potremo risalire la china".

Assorologi è un'associazione italiana di produttori e distributori di orologeria. L'indagine sul consumatore fornisce anche indicazioni sulle intenzioni di acquisto per il 2021 rafforzando i motivi di ottimismo con un ulteriore spiraglio di positività, poiché stima in quasi 3,9 milioni di consumatori (+36% rispetto allo scorso anno) coloro che intendono acquistare un orologio da polso nel corso del 2021.

Chiude la ricerca un focus sul segmento "Smartwatch", che evidenzia un bacino di possessori costituito da circa 7,7 milioni di italiani e una buona propensione all'acquisto futuro (35%).



Calo del 28% nel 2020. Aspettative per una ripresa nella seconda parte del 2021

ASSOROLOGI
Associazione Italiana
Produttori e Distributori di Orologeria

Quando abbiamo deciso di continuare l'analisi del mercato, nonostante la drammatica situazione emergenziale che si è abbattuta sulle nostre aziende, eravamo consapevoli che avremmo avuto un quadro impietoso della realtà - ha affermato il presidente di Assorologi Mario Peserico - Questi numeri non ci stupiscono: la perdita totale del turismo internazionale e dei visitatori business dall'estero ha azzerato una parte molto importante di acquisti in Italia e la prolungata e ripetuta chiusura dei punti di vendita ha fatto il resto".

Con aperture più stabili delle attività commerciali l'obiettivo è di "uno scenario di ripresa almeno per la seconda parte del 2021, che ci permetta di arrestare la flessione e iniziare a ripartire. Quando potremo riprendere il nostro lavoro in sicurezza e in contesti di una normalità ritrovata potremo risalire la china".

Assorologi è un'associazione italiana di produttori e distributori di orologeria. L'indagine sul consumatore fornisce anche indicazioni sulle intenzioni di acquisto per il 2021 rafforzando i motivi di ottimismo con un ulteriore spiraglio di positività, poiché stima in quasi 3,9 milioni di consumatori (+36% rispetto allo scorso anno) coloro che intendono acquistare un orologio da polso nel corso del 2021.

REGISTRO TELEMATICO CEREALICOLO INUTILE NUOVO APPESANTIMENTO BUROCRATICO: CONFCOMMERCIO E LE ALTRE ASSOCIAZIONI D'IMPRESA HANNO SCRITTO AL MINISTRO PATUANELLI

- Dal Coordinamento della Filiera agroalimentare di Confcommercio Milano la segnalazione che Confcommercio e le altre associazioni di rappresentanza d'impresa hanno espresso forte preoccupazione - in una nota congiunta inviata a Stefano Patuanelli, ministro per le Politiche agricole alimentari e forestali - per l'aggravio burocratico a carico delle imprese con l'introduzione, prevista dalla recente Legge di bilancio, di un registro telematico cereali: "Un ulteriore sistema di tracciabilità che...

prevede pesanti oneri per gli operatori che detengano, a qualsiasi titolo, cereali e farine di cereali in quantitativo superiore alle cinque tonnellate annue". Sono in particolare previste significative sanzioni amministrative se non si annotano entro 7 giorni lavorativi le operazioni di carico e scarico. Un onere, il nuovo registro telematico, che gli operatori giudicano incomprensibile e sproporzionato "alla luce delle disposizioni europee e nazionali che già garantiscono ampiamente gli obiettivi di monitoraggio delle produzioni cerealicole e di trasparenza verso il mercato". Da parte di Confcommercio e delle altre associazioni d'impresa è stata formulata la richiesta di eliminare la disposizione o, almeno, di prorogarla, per evitare un negativo impatto sull'attività delle imprese del comparto. Ed è stato chiesto di aprire un tavolo di confronto.





Tiziano Veronese Trutalli,
presidente di A.R.L.E.
l'Associazione regionale
erboristi

*Nel rispetto delle norme anti-Covid
sarà definito un Open Day
per gli studenti universitari
del Corso di Laurea in Scienze
e Tecnologie Erboristiche*



Gelsomina Fico,
presidente
e docente
del Corso
di Laurea
in Scienze
e Tecnologie
Erboristiche
dell'Università
degli Studi
di Milano

Consiglio Direttivo di A.R.L.E., l'Associazione erboristi (aderente a Confcommercio Milano) con l'intervento ai lavori della professoressa Gelsomina Fico, presidente e docente del Corso di Laurea Scienze e Tecnologie Erboristiche dell'Università degli Studi di Milano. Nell'incontro del Direttivo di A.R.L.E. il presidente dell'Associazione Tiziano Veronese Trutalli e la professoressa Fico hanno concordato la definizione, nel rispetto delle norme anti Covid, di un prossimo Open Day che consentirà il matching diretto fra studenti ed erboristerie. Una collaborazione già avviata con due recenti appuntamenti online che hanno visto la partecipazione di più di 80 studenti e di una cinquantina di erboristerie milanesi.

“E' fondamentale – ha sostenuto il presidente di A.R.L.E. Tiziano Veronese Trutalli - intraprendere questo percorso che porterà ad accogliere gli studenti nelle nostre imprese per trasmettere loro le pratiche aziendali e commerciali dopo l'importante formazione acquisita in Università. Stage professionali e tirocini sono due strumenti nei quali abbiamo l'obbligo morale e la ferrea volontà di credere”.
“L'Università degli Studi di Milano – ha dichiarato la professoressa Gelsomina Fico - ha fortemente voluto aprire questo canale di dialogo, per rafforzare la relazione tra il mondo dell'università e il mondo dell'impresa. Soffermandosi, in particolare, sul valore esponenziale che la formazione, svolta con scrupolo nelle aule, possa raggiungere l'obiettivo di dare seguito e un futuro ai giovani che desiderano essere gli erboristi del domani”.

Obiettivo: tirocini e stage nelle erboristerie Avviato il percorso di collaborazione tra A.R.L.E. e Università degli Studi di Milano

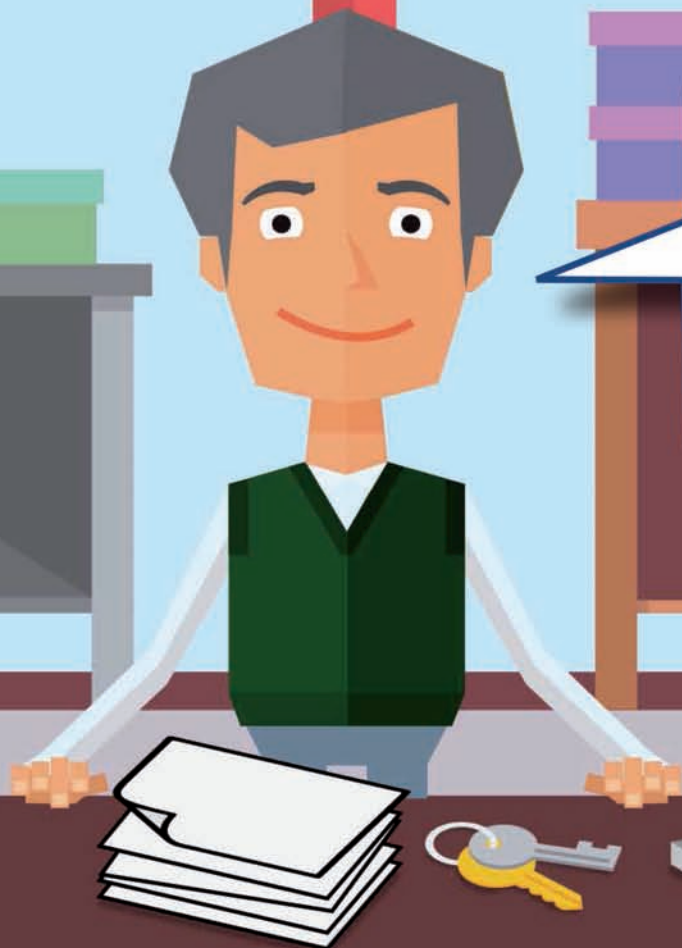
Una collaborazione forte tra erboristi e università, con stage e tirocini nei punti vendita per gli studenti che seguono il percorso di studi per la laurea in Scienze e Tecnologie Erboristiche. Un sostegno importante soprattutto in questo periodo, a fronte delle grandi difficoltà per l'emergenza Covid, per gli studenti che desiderano fare impresa in erboristeria. E' quanto è emerso nell'incontro online del

professoressa Gelsomina Fico - ha fortemente voluto aprire questo canale di dialogo, per rafforzare la relazione tra il mondo dell'università e il mondo dell'impresa. Soffermandosi, in particolare, sul valore esponenziale che la formazione, svolta con scrupolo nelle aule, possa raggiungere l'obiettivo di dare seguito e un futuro ai giovani che desiderano essere gli erboristi del domani”.

La professoressa Gelsomina Fico all'incontro online con il Direttivo dell'Associazione e il presidente Tiziano Veronese Trutalli

LAINATE: NO ALLA VIOLENZA, FOTO SOCIAL PER CELEBRARE LA FESTA DELLA DONNA - Il Gruppo di Lavoro, in accordo con la Delegazione commercianti di Lainate (Associazione territoriale Confcommercio di Rho) ha riunito alcune commercianti per scattare una foto in ricordo della Festa della Donna l'8 marzo. L'iniziativa, partita dalle commercianti, ha avuto l'obiettivo di raccogliere la maggior parte di adesioni da parte degli altri operatori inviando una propria foto in jeans e camicetta bianca, con scarpe rosse, simbolo della lotta contro la violenza sulle donne. Foto poi inserite sulle pagine social della Delegazione con #Noallaviolenzasulledonnes e #locimettolafaccia. (SM)





Credito, banche, rating...?
Ho il partner giusto per migliorare il rapporto con le banche e il mio merito di credito.
E mi ha fatto anche capire che il Business Plan non serve solo alle start-up!



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

fidicomet
Fondo di Garanzia per il Credito al Commercio al Turismo ai Servizi e alle Professioni

Fidicomet è il tuo partner per migliorare il tuo profilo finanziario e il tuo profilo di presentazione al sistema bancario per ottenere un migliore accesso al credito. In più avrai a disposizione una serie di servizi per un' **Assistenza Finanziaria di Base** specifica e a costi contenuti per ottenere una corretta gestione d'impresa.

I servizi e le consulenze offerte: ▶ conoscere lo status finanziario dell'impresa, anche come rilevabile "a sistema" ▶ adeguare la struttura finanziaria ▶ evitare errori per l'evoluzione del rating bancario ▶ Check-up finanziario ▶ Business Plan ▶ Report Finanziario d'Impresa, ▶ Accompagnamento professionale continuo attraverso il Tutor finanziario di impresa

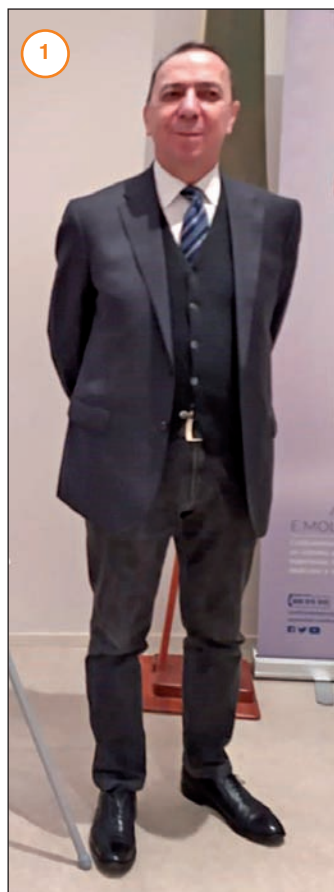
FIDICOMET/ASCONFIDI LOMBARDIA

è la **Cooperativa di Garanzia Fidi** di Confcommercio Milano

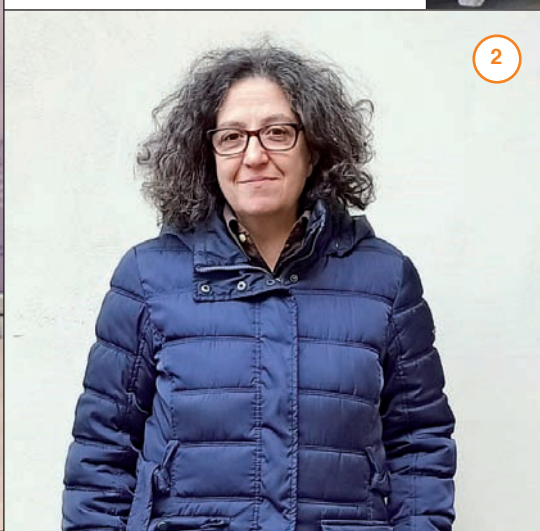
Gli uffici si trovano in Corso Venezia, 47 a Milano
e presso le sedi delle Associazioni Territoriali
Tel. 02.7630021 - Fax 02.76300246
fididicomet@asconfidi.it - www.fidicomet.it



Confcommercio Monza Giunta, vicepresidenti e delegati per i Comuni



Il Consiglio dell'Associazione territoriale di Confcommercio Monza e Circondario ha condiviso all'unanimità la proposta del presidente Domenico Riga di designare come componenti della Giunta: Carla Pini, Luigi Nardi, Pierangelo Sala, Carlo Monguzzi, Gianpietro Meroni, Diego Mazzucchelli. Vicepresidenti della Confcommercio monzese sono Carla Pini (vicario) e Pierangelo



Il presidente Domenico Riga (foto 1) e i vicepresidenti di Confcommercio Monza: il vicario Carla Pini (foto 2) e Pierangelo Sala (foto 3)

Sala (rappresentante del Circondario). Indicati anche i rappresentanti delegati nei Comuni: Michela Maino per Brugherio; Basilio Notaro per Villasanta; Spartaco Chierici per Lissone; Pierangelo Sala per Macherio.

"GAMBERO ROSSO" MEDA - IL MIGLIOR HAMBURGER: IL MEDESE LUCA BIZZARRI PRIMO NELLA SUA CATEGORIA AL PROGRAMMA "STREET FOOD BATTLE"

Meda: il quality food truck gestito da Luca Bizzarri (dal 2015) si è inserito per la quarta volta nella guida "Gambero rosso" come miglior hamburger italiano (nella sua categoria al programma "Street Food Battle"). Lo segnala l'Associazione territoriale Confcommercio di Seveso.



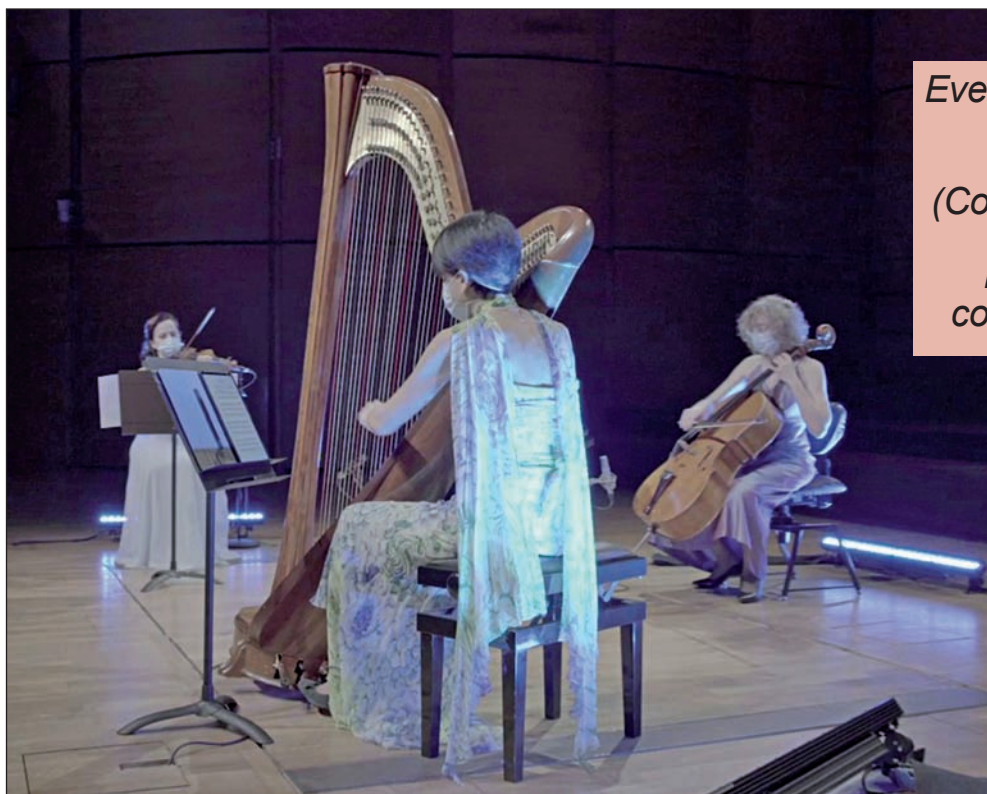
Luca Bizzarri (foto da Il Cittadino)

"GAMBERO ROSSO" ABBIATEGRASSO - PIZZERIA DA MARITA: IL RISTORANTE PIZZERIA DI PASQUALE MARRAZZO

Importante riconoscimento per la Pizzeria Da Marita, il ristorante/pizzeria di Pasquale Marrazzo ad Abbiategrasso che, da svariati anni, viene recensito e segnalato sulle pagine delle guide del Gambero Rosso. E compare anche in questo 2021 - lo segnala l'Associazione territoriale Confcommercio di Abbiategrasso - sia sulla pubblicazione "Lombardia, il meglio di Milano e delle altre province", sia su "Pizzerie d'Italia". (ID)



Pasquale Marrazzo



*Evento online promosso
dalla Camera
di Commercio
(Comitato imprenditoria
femminile)
in collaborazione
con l'Orchestra Verdi*

un momento in cui le distanze tra le persone risultavano necessarie (come, purtroppo, ancora oggi) per il contenimento della pandemia. Così, un gruppo di musiciste fra le fila dell'Orchestra Verdi è diventato protagonista.

Il video-concerto di quest'anno è stato pubblicato sui canali social dell'Orchestra

Sinfonica di Milano Giuseppe Verdi. Le donne dell'Orchestra Sinfonica di Milano Giuseppe

Dalla musica "La Forza delle Donne"

In occasione della Festa della Donna si è svolta la seconda edizione dell'evento online "La forza delle Donne": un concerto promosso dal Comitato imprenditoria femminile della Camera di Commercio (con la partecipazione delle rappresentanti delle associazioni che hanno aderito all'iniziativa: tra cui Confcommercio Milano - Gruppo Terziario Donna e FIMAA Milano, Lodi Monza Brianza) in collaborazione con la Fondazione Orchestra Sinfonica e Coro Sinfonico di Milano Giuseppe Verdi. Con quest'iniziativa, nata nel 2020 con l'emergenza sanitaria esplosa, si lanciò un importante messaggio di solidarietà con i territori duramente colpiti dal Covid-19 con il desiderio di manifestare un profondo senso di unione e di vicinanza in

*L'adesione di Confcommercio Milano
(Gruppo Terziario Donna)
e FIMAA Milano, Lodi, Monza Brianza*

Verdi hanno celebrato la figura femminile rievocando Carmen. Così, il violino di Engjellushe Bace, il violoncello di Nadia Bianchi e l'arpa di Elena Piva si sono messi insieme per eseguire la celeberrima Habanera, dall'opera di Georges Bizet.

Brano affiancato da un altro grande classico del repertorio operistico, stavolta firmato dall'italiano Pietro Mascagni: l'Intermezzo dalla Cavalleria Rusticana. Ha completato il programma un

brano originariamente scritto per violino e pianoforte e arrangiato solo successivamente per organici diversi: Salut d'amour, composto da Edward Elgar nel 1888 proprio grazie all'ispirazione che egli trasse dal suo amore per Caroline Alice Roberts. (SM)

informa
Unione

Mensile di informazione
di CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA
www.confcommerciamilano.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
Poste Italiane s.p.a - spedizione in
A.P. - D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/04 n. 46) - art. 1,
comma 1- DCB Milano.

TRADIZIONE

PASSIONE

INNOVAZIONE

Leader nel settore luminarie ed impianti elettrici da tre generazioni offre ai propri clienti esperienza e professionalità per soddisfare ogni esigenza

SOLUZIONI PER I TUOI EVENTI

La nostra esperienza al vostro servizio per realizzare le vostre idee.



LUMINARIE E PROIEZIONI

- **LUMINARIE E PROIEZIONI**
 - COMUNI
 - PRIVATI
 - NEGOZI
 - CENTRI COMMERCIALI
 - FESTE PATRONALI
 - SOGGETTI PERSONALIZZATI



ALLESTIMENTI

- **INSTALLAZIONE**
 - ALLESTIMENTI URBANI
 - FARI PER ILLUMINAZIONE
 - STRISCIONI
 - SCENOGRAFIE LUMINOSE
 - LUCI ARCHITETTURALI
- **LAVORI CON PIATTAFORMA AEREA**



IMPIANTI PER MANIFESTAZIONI

- **IMPIANTI TEMPORANEI**
 - FIERE
 - MERCATI
 - STREET FOOD
 - EVENTI
- **IMPIANTI CIVILI ED INDUSTRIALI**



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](https://www.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