

Unione

informa



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

COVID, RITORNO VERSO LA NORMALITÀ

LE MISURE CON LA FINE
DELLO STATO D'EMERGENZA

*Caritas Ambrosiana,
aiuto alla
popolazione ucraina*

*Come contribuire
(a pagina 17)*

EMERGENZA UCRAINA

SOSTIENI
GLI INTERVENTI
DI EMERGENZA
DELLA RETE CARITAS

COME DONARE:

IN POSTA: C.C.P. n. 13576228 intestato Caritas Ambrosiana Onlus - Via S. Bernardino, 4 - 20122 Milano
CON BONIFICO: C/C presso il Banco BPM Milano
intestato a Caritas Ambrosiana Onlus - IBAN: IT82050340164700000064700
CON CARTA DI CREDITO ON LINE: donazioni.caritasambrosiana.it

CAUSALE OFFERTA: **Conflicto in Ucraina**

Caritas Ambrosiana non effettua raccolte di vestiti, generi alimentari, medicinali, coperte o qualsiasi altro bene in quanto non è possibile garantire il trasporto di questi prodotti vista la situazione di conflitto in atto, le procedure doganali e i costi di trasporto.

Caritas Ambrosiana raccoglie solamente offerte in denaro.

Si invitano le Caritas sul territorio della diocesi ad astenersi a questa indicazione.



DONA ORA

Per qualsiasi informazione:
02.40703424 - caritasambrosiana.it

VIMERCATE:
IL MERCATO INTERNAZIONALE REGIONI D'EUROPA



250 caratteri di confcommercio



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

“Nel tempo dell’informazione in tasca (o meglio, nel telefonino), della guerra in diretta e della comunicazione continua, riconnettersi con la storia significa innanzitutto informarsi attivamente e non passivamente, confrontarsi con i protagonisti del mercato e prendere il tempo per comprendere gli scenari. Capire non è l’opzione migliore, è oggi l’unica strada per non essere travolti dagli eventi”.






“I PROTAGONISTI DEL MERCATO E GLI SCENARI PER GLI ANNI 2000”

Forum · 21^a edizione, 27-28 aprile 2022
“Villa Miani” · Roma

SAVE *the* DATE



FORUM INTERNAZIONALE CONFCOMMERCIO CON AMBROSETTI: APPUNTAMENTO IL 27 E 28 APRILE - “I protagonisti del mercato e gli scenari per gli anni 2000” è il Forum internazionale di Confcommercio, organizzato in collaborazione con The European House-Ambrosetti che quest’anno si svolge a Roma, il 27 e 28 aprile, presso Villa Miani. Forum che, come da tradizione, si avvale della presenza di relatori di spicco italiani ed esteri. “Il Forum – afferma il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (foto) – costituisce un appuntamento di grande rilevanza ed occupa un posto di primo piano nel panorama degli appuntamenti annuali per il mondo della business community e per le imprese del terziario di mercato”.



Accedi a vantaggi fiscali e benefit con un piano di **Welfare** aziendale

Conosci lo Sportello Welfare Gratuito di Confcommercio Milano? Ti proponiamo soluzioni su misura e un piano di welfare personalizzato, con vantaggi esclusivi e benefit pensati per rispondere ai bisogni dei tuoi dipendenti oltre ad importanti vantaggi fiscali per la tua azienda. Scopri come le nostre proposte di welfare possono migliorare la tua realtà imprenditoriale.



creative-farm.it

Covid, le misure con la fine dello stato di emergenza

In Gazzetta Ufficiale il decreto legge del Governo con le misure che chiudono la fase di emergenza nel contrasto al Covid. Ecco alcune delle misure.

- ✓ Dal 1° aprile stop allo stato di emergenza e non c'è più il sistema di classificazione delle Regioni per colori (rimane il bollettino quotidiano dei dati sull'andamento della pandemia).
- ✓ Fino al 30 aprile è previsto l'obbligo di mascherine Ffp2 negli ambienti al chiuso (mezzi di trasporto, teatri, cinema, ecc.). Dal 1° al 30 aprile per prendere aerei, treni e navi bisognerà mostrare almeno il green pass base (che si ottiene con un test antigenico valido 48 ore oppure molecolare valido 72 ore). Bisognerà indossare la mascherina Ffp2. Dal 1° maggio non ci saranno più obblighi.
- ✓ Dal 1° aprile anche gli over 50 possono tornare al lavoro senza rispettare l'obbligo di vaccinarsi (previsto fino al 15 giugno). Devono però avere un tampone negativo antigenico (valido 48 ore) oppure molecolare (valido 72 ore). Fino al 31 dicembre rimane l'obbligo vaccinale per il personale sanitario e per chi lavora nelle Rsa (chi non lo rispetta è sospeso da funzioni e stipendio).
- ✓ Prorogato al 30 giugno il regime semplificato sullo smart working. Il ricorso al lavoro agile può quindi realizzarsi anche senza l'accordo individuale e con le procedure semplificate per le comunicazioni obbligatorie. Prorogata fino al 30 giugno anche la possibilità di svolgere la prestazione in smart working per i lavoratori cosiddetti fragili.
- ✓ Dal 1° aprile non serve più il Green pass per ristoranti e bar all'aperto.
- ✓ Dal 1° aprile accesso anche con il Green pass base nei ristoranti e nei bar al chiuso per il servizio al tavolo e al bancone. Non serve il Green pass per i clienti degli alberghi che vanno nei ristoranti e bar interni. Dal 1° maggio non ci sarà alcun obbligo di Green pass.
- ✓ Per l'ingresso in sale da ballo e discoteche sarà necessario, fino al 30 aprile, avere il Green pass rafforzato. Le discoteche tornano alla capienza piena. È richiesta la mascherina chirurgica, che si può togliere sulla pista da ballo. Per tutte le feste al chiuso fino a 30 aprile è obbligatorio il Green pass rafforzato.
- ✓ Dal 1° aprile per gli stadi all'aperto e al chiuso si torna alla capienza del 100%. Dal 1° aprile non più il Green pass anche per musei, mostre e spettacoli all'aperto. Fino al 30 aprile serve il Green pass rafforzato per cinema, teatri, eventi al chiuso. Dal 1° maggio non ci sarà alcuna restrizione.
- ✓ Dal 1° aprile niente Green pass per negozi, parrucchieri, barbieri, estetisti, sport all'aperto anche nei circoli, centri termali, sagre e fiere, centri educativi per l'infanzia. Fino al 30 aprile serve il Green pass rafforzato per palestre, piscine al chiuso, praticare sport di squadra e di contatto, entrare negli spogliatoi, entrare in sale gioco, bingo e casinò. Dal 1° maggio non ci sarà più alcun obbligo.
- ✓ Per partecipare a convegni e congressi è necessario presentare il Green pass rafforzato fino al 30 aprile.
- ✓ Il Green pass rafforzato è richiesto fino al 30 aprile anche per centri culturali, centri sociali e ricreativi "per le attività che si svolgono al chiuso e con esclusione dei centri educativi per l'infanzia, compresi i centri estivi e le relative attività di ristorazione".
- ✓ Accesso libero dal 1° aprile anche nelle banche, negli uffici pubblici e alle poste. Funivie e cabinovie: per funivie, seggiovie e cabinovie coperte resta l'obbligo di mascherina Ffp2.



Positivi e contatti stretti

Resta "il divieto di mobilità dalla propria abitazione o dimora alle persone sottoposte alla misura dell'isolamento" se positivi al Covid fino all'accertamento della negatività. Si esce dall'isolamento all'esito negativo di un test antigenico rapido o molecolare effettuato anche presso centri privati abilitati.

Dal 1° aprile ai contatti stretti soggetti positivi si applica il regime dell'autosorveglianza con l'obbligo di indossare dispositivi di protezione delle vie respiratorie di tipo Ffp2, al chiuso o in presenza di assembramenti fino al decimo giorno successivo alla data dell'ultimo contatto stretto con soggetti confermati positivi e di effettuare un test antigenico rapido o molecolare per la rilevazione del Covid, anche presso centri privati abilitati, "alla prima comparsa dei sintomi e, se ancora sintomatici, al quinto giorno successivo alla data dell'ultimo contatto".

Digitalizza la tua azienda con il supporto del nostro sportello SPIN

Con Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza il processo di transizione digitale all'e-commerce diventa più semplice grazie a uno sportello dedicato. Se vuoi digitalizzare la tua azienda, hai la possibilità di scegliere tra i diversi servizi che offriamo.

Entra in contatto con il nostro sportello SPIN (Sportello Innovazione): potrai spiegare a professionisti del settore le esigenze digitali della tua azienda. Prenota un appuntamento e richiedi una call conoscitiva durante la quale potrai spiegare i tuoi obiettivi e le eventuali paure su questo nuovo percorso da conquistare con profitto.



IL 20 APRILE PER "LEGALITÀ CI PIACE!" IN CONFCOMMERCIO MILANO PRESENTAZIONE DI UN'INDAGINE SU SICUREZZA DEL TERRITORIO E DELLE ATTIVITÀ ONLINE

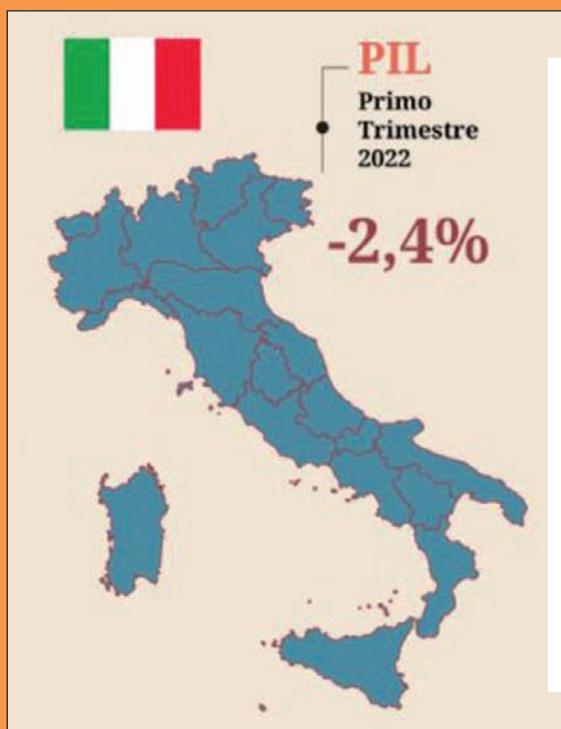
- I risultati di "Allarghiamo i confini della sicurezza", indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (in collaborazione con Indicam e Netcomm) su indicatori legati alla sicurezza del territorio e delle attività online delle imprese, vengono presentati mercoledì 20 aprile in Confcommercio Milano, corso Venezia 47 a partire dalle 10:30 in sala Colucci (accesso con Green pass rafforzato), nell'ambito della Giornata Confcommercio "Legalità ci piace!" (nona edizione).

Ad illustrare i risultati dell'indagine, realizzata attraverso la diffusione di un questionario indirizzato alle imprese associate, è il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Mario Peserico con competenza

LEGALITÀ ci piace!

per sicurezza, contraffazione e abusivismo. A seguire approfondimento di rappresentanti della Polizia Postale e delle Comunicazioni della Lombardia e della Guardia di Finanza.

L'iniziativa milanese, alla quale sono invitati i responsabili delle Istituzioni e delle Forze dell'Ordine del territorio, è aperta dal collegamento con l'evento nazionale "Legalità ci piace!" a Roma, con gli interventi del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e del ministro dell'Interno Luciana Lamorgese.



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO: GUERRA, INFLAZIONE E INCERTEZZA "BLOCCANO" CONSUMI E RIPRESA

- "Le ripercussioni della guerra in Ucraina hanno amplificato la crisi economica e il caro energia. Frena dunque la crescita e accelera l'inflazione: uno scenario insostenibile per le nostre imprese. Serve una reazione più rapida - in raccordo con l'Unione Europea come accaduto per la pandemia - per finanziare questa nuova e più grave emergenza e per ridare altro ossigeno al sistema imprenditoriale." È il commento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli alla Congiuntura Confcommercio di marzo. Il Pil, ha consolidato la tendenza al rallentamento emersa nei mesi precedenti, con una riduzione dell'1,7% congiunturale.

Nel confronto annuo la crescita si dovrebbe attestare all'1,3%, in brusco ridimensionamento rispetto ai periodi precedenti. Nella media del primo trimestre il Pil è stimato in calo del 2,4% congiunturale, dato che porterebbe ad un incremento su base annua del 3,3%. Non si arresta la tendenza al rialzo dell'inflazione. Secondo le stime Confcommercio, a marzo la variazione dei prezzi al consumo è stata dello 0,6% su febbraio, dato che dovrebbe portare ad un incremento su base annua del 6,1%.

DAL 7 AL 12 GIUGNO A FIERA MILANO RHO TORNA IL SALONE DEL MOBILE

- È iniziato il conto alla rovescia per la 60esima edizione del Salone del Mobile, in programma a Fiera Milano Rho dal 7 al 12 giugno. Un'edizione che, dopo due anni difficili a causa dell'emergenza pandemica, tornerà ad occupare interamente il polo fieristico, con più di 2.000 espositori, di cui oltre 600 giovani designer under 35.

Filo conduttore degli stand espositivi sarà l'attenzione a criteri di sostenibilità, attraverso l'utilizzo di materiali riutilizzabili, di recupero e a basso impatto ambientale.

Il benessere ambientale e sociale sarà anche il tema di Design with Nature, installazione progettata dall'architetto

Mario Cucinella per festeggiare il 60esimo compleanno del Salone (ospitata nel padiglione 15, in 1.400 mq.). Quella di giugno sarà inoltre l'edizione delle biennali di EuroCucina e del Salone Internazionale del Bagno.

I padiglioni di Fiera Milano Rho ospiteranno anche il Salone Satellite il cui tema quest'anno sarà "Designing for our future selves - progettare per i nostri domani". Come ogni anno, il Salone del Mobile sbarcherà anche nel centro della città: dal 7 giugno, nella Sala delle Cariatidi di Palazzo Reale, andrà in scena un'installazione in cui verranno proiettati 11 cortometraggi firmati da altrettanti registi italiani, dedicati ad 11 valori che hanno segnato la storia del Salone. (FG)

Richiedi una **consulenza finanziaria** per ottenere finanziamenti e partecipare ai bandi

Stai cercando risorse per gestire gli investimenti per sviluppare la tua attività? Prenotando una consulenza potrai accedere alle informazioni su bandi e finanziamenti, e relativi vantaggi.

- + Svolgiamo una consulenza creditizia e finanziaria per aiutarti ad ottenere l'accesso al credito agevolato
- + Ti guidiamo nell'accesso ai nuovi finanziamenti veloci e digitali X-Instant, erogati dalla banca fintech Aidexa grazie alla convenzione con Fidicomat
- + Ti aggiorniamo costantemente sui bandi che Enti e Istituzioni mettono a disposizione
- + Ti assistiamo sin dalle prime fasi di preparazione della documentazione necessaria per partecipare al bando





Risorse per quasi 43 milioni di euro. Confcommercio Lombardia alla presentazione in Regione

Il bando finanzia diverse tipologie di progetti, come ad esempio quelli di imprese finalizzati all'apertura di nuove attività o alla riqualificazione e al rilancio di attività esistenti, oppure interventi realizzati dai Comuni per la qualificazione e l'adeguamento dell'area del Distretto e la realizzazione di servizi comuni per le imprese del Distretto. In Lombardia sono 162 i Distretti del commercio. Dalla nascita nel 2008 – anche grazie all'impulso del sistema lombardo di Confcommercio – i Distretti urbani del commercio si sono sviluppati e moltiplicati, con oltre il 40% dei Comuni lombardi che ha costituito un DUC o aderisce a un DID (Distretto diffuso), diventando anche oggetto di studio ed emulazione per diverse regioni.

“Abbiamo lavorato sinergicamente con l'assessore Guidesi, che voglio ringraziare, per introdurre elementi migliorativi in questo bando –

spiega Massoletti – Tra questi la possibilità di trovare soluzioni per il riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e di decidere se intervenire su tutto il Distretto o su una parte di esso, in base a valutazioni che non possono che essere locali”.

I Distretti del commercio, siano essi comunali o sovracomunali, non rappresentano esclusivamente un'opportunità per il mondo del terziario, ma per tutti i cittadini che potranno beneficiare del miglioramento dell'attrattività dei territori grazie ad interventi in materia di riqualificazione urbana, mobilità e animazione dei luoghi di vita e di lavoro.

“Questi elementi sono ancora più importanti dopo due anni di pandemia, che restituiscono una visione di città diversa, meno globale e più locale, meno distante e più a misura d'uomo – aggiunge Massoletti - Per questi motivi siamo particolarmente soddisfatti di questo strumento di politica commerciale e sociale, agile e sburocratizzato fornito da Regione Lombardia, aperto alla creatività dei territori, con una spinta premiale che sarà in grado di coniugare programmazione e innovazione, con peculiari vocazioni”.

Lombardia, il nuovo bando sui Distretti del commercio

Quasi 43 milioni di euro (42.850.000): sono le risorse che Regione Lombardia, su proposta dell'assessore allo Sviluppo Economico Guido Guidesi, ha stanziato per il nuovo bando 2022-2024 sui Distretti del Commercio. Bando presentato in Regione con le associazioni di rappresentanza ed Anci (l'Associazione dei Comuni). Per Confcommercio Lombardia è intervenuto il vicepresidente vicario Carlo Massoletti.

Il bando – spiega Regione Lombardia - ha una duplice finalità. Da un lato promuovere e consolidare la ripresa delle economie locali nei Distretti del Commercio lombardi, sostenendo sia gli investimenti diretti degli operatori economici, sia gli interventi di qualificazione del contesto urbano e del territorio realizzati dagli enti locali. Dall'altro premiare le eccellenze progettuali, i Distretti più innovativi e strutturati, “capaci di elaborare a medio termine una strategia complessiva di sviluppo del territorio e di realizzare un piano di interventi coerente e articolato, favorevole allo sviluppo economico e alla qualità del servizio”.



Milano: slittano al 1° ottobre i divieti di accesso per Area B e C sospesi per l'emergenza sanitaria

La Giunta Comunale milanese ha approvato la delibera che integra e modifica la disciplina

viabilistica di Area B e di Area C con la fine dello stato di emergenza per il Covid. Slitta al 1° ottobre l'entrata in vigore dei divieti di accesso in Area C per i veicoli trasporto persone Euro 2 benzina, Euro 3 e 4 diesel con FAP di serie e con campo V.5 carta circolazione $\leq 0,0045\text{g/km}$, Euro 0, 1, 2, 3 e 4 diesel con FAP after-market installato

pari almeno ad Euro 4 e gli Euro 5 diesel.

Dal prossimo ottobre i veicoli diesel Euro 4 e 5 e i veicoli alimentati a benzina Euro 2 potranno circolare in Area B dalle 7.30 alle 19.30, nei giorni feriali dal lunedì al venerdì, aderendo al progetto integrato MoVe-In/Area B. Ai veicoli soggetti ai divieti ambientali (entrati in vigore a decorrere dall'11 gennaio 2021) è concesso di usufruire della deroga dei 50 giorni di accesso, anche non consecutivi, nel periodo compreso tra la data del primo accesso avvenuto e la data del 30 settembre 2023. (AL)

entro il dicembre 2018 e con classe di adeguamento (riportata sulla carta di circolazione) per la massa di particolato

Con **Servizi PRO Impresa** ti bastano pochi click per cercare i servizi di tuo interesse con **sconti riservati**

Su www.servizioproimpresa.it puoi trovare aziende selezionate a cui chiedere rapidamente informazioni e preventivi su servizi professionali di tuo interesse a tariffe agevolate. Puoi effettuare una ricerca libera per parola chiave o selezionare uno dei servizi proposti dai nostri associati: marketing, comunicazione ed eventi, consulenza aziendale, risorse umane, servizi finanziari e assicurativi e altri ancora. Cogli l'opportunità di trovare fornitori affidabili a condizioni riservate ai soci Confcommercio Milano. Trova la risposta alle tue esigenze su www.servizioproimpresa.it



Progetto con l'Associazione Sarpi Doc e il supporto del Club Imprese Storiche della Confcommercio milanese

Milano, Distretto Urbano del Commercio Sarpi I primi negozi con l'insegna di Bottega Storica

A Milano, nel Distretto Urbano del Commercio (DUC) Sarpi, le prime insegne con il logo di Bottega Storica: Erboristeria Novetti (via Paolo Sarpi 63); Ottica Scaccabarozzi (via Paolo Sarpi 63); Profumeria Lorenzi (via Paolo Sarpi 62); Cappelleria Melegari (via Paolo Sarpi 19), Torrefazione Hodeidah (via Piero della Francesca 8); Carozza Calzature (via Canonica 59) ed inaugurazione con l'assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello, il presidente dell'Associazione di via Sarpi Doc Francesco Novetti, la rappresentanza di Confcommercio Milano e il Club Imprese Storiche, il preside della Scuola Civica Arte e Messaggio del Comune Mario Allodi e Sofia Cerrone, ex studentessa della Scuola, ideatrice della grafica dell'insegna.

Il progetto dell'insegna di Bottega Storica nasce nel 2018 dall'idea degli imprenditori, nell'Associazione Sarpi Doc, apripista dell'iniziativa ed entra a far parte del programma di sviluppo del Distretto Urbano del Commercio Sarpi promosso



dal Comune. Idea (con i due anni di pandemia) che diventa concreta all'inizio di quest'anno con la produzione delle prime insegne grazie alla collaborazione attiva della Scuola Civica di Arte e Messaggio e di Confcommercio Milano con il suo Club Imprese

Storiche. Bottega Storica, "firmato" ora dall'insegna per i primi negozi nel DUC Sarpi, è il riconoscimento assegnato alle imprese di Milano (che hanno fatto domanda al Comune) di commercio, servizi e artigianato con affaccio su strada o su corti interne e ai pubblici esercizi con almeno 50 anni di attività nello stesso settore economico senza interruzione di continuità. La "mission" di una bottega storica è la trasmissione dei valori professionali e al servizio del cliente con continuità negli anni unita alla capacità di cogliere i cambiamenti dettati dal tempo e le nuove tendenze di consumo e innovazione. Le insegne di Bottega Storica nel Duc Sarpi costituiscono l'inizio di un obiettivo ambizioso: portare le insegne di botteghe storiche in tutta Milano creando tour guidati alla scoperta delle eccellenze milanesi. Un modo per rafforzare l'attrattività della città e attirare nuovi turisti.

Famiglie e imprese, la morsa dell'inflazione

Il punto

Il fuoco nemico dell'inflazione divampa su famiglie e imprese, la corsa della sua esplosione sembra non trovare ostacoli. Energia, materie prime, componentistica, trasporti, container, hanno prezzi in lievitazione costante e le tasche degli italiani, dopo una prima fase di preoccupazione relativa, stanno restringendosi tanto da mandare i consumi non essenziali in ambascia. Fioccano le disdette turistiche del periodo pasquale, l'abbigliamento è ancora con merce in saldo e le collezioni primavera-estate cominciano ad essere vendute scontate. Solo l'elettronica da consumo sembra tenere meglio degli altri settori. La presenza turistica estera sconta la crisi geo-politica: russi completamente assenti, cinesi e asiatici rarefatti. Non restano che la sola Europa del Nord e i big consumer americani, mentre per gli italiani pesa il doppio effetto negativo, bollette e guerra.

Il Governo è sicuramente attivo: l'aver ridotto di 25 centesimi il prezzo alla pompa dei carburanti ha ridato un impulso, ma inferiore a quanto ci si potesse aspettare, forse anche perché l'oscillazione del prezzo del greggio resta improntata verso l'alto. Mentre per gas ed energia i quasi 20 miliardi già destinati ad azioni di compensazione degli esorbitanti mag-

giori costi hanno aiutato eccome, ma non quanto sarebbe servito per invertire la fiducia dei consumatori e riportarla al sereno.

Sicuramente un deciso miglioramento lo si avrebbe se il Governo decidesse di optare per la detrazione dalle tasse, da corrispondere in tarda primavera, della maggior spesa subita dai contribuenti e dalle imprese di piccole dimensioni, in rapporto allo stesso periodo dello scorso anno. Mentre per le imprese maggiori sarebbe utile adottare il credito d'imposta, con la garanzia da parte dello Stato in modo da far ottenere finanziamenti bancari immediati. Un ulteriore appesantimento dell'inflazione manderebbe in tilt la crescita del Pil per l'anno in corso, aggravando la posizione finanziaria di moltissime pmi di ogni settore.



Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

Ricevi un supporto completo per aprire o migliorare il tuo **E-Commerce**

Grazie alla nuova partnership con Netcomm, il Consorzio del commercio digitale italiano, abbiamo una soluzione dedicata a imprenditori e professionisti che vogliono dare una spinta alla propria presenza online. Se ti iscrivi a Confcommercio Milano e a Netcomm, potrai accedere ai servizi offerti da esperti digitali su tematiche legate al mondo dell'e-commerce ed ottenere il Sigillo che certifica il tuo negozio elettronico.



creative-farm.it



Incontro a Palazzo Marino con i rappresentanti Epam. Sottoscritta anche dall'assessore Alessia Cappello

nale dall'esigenza di stringere un patto di filiera tra ristoratori, produttori, agricoltori e città indicando le linee di azione per la promozione e la valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche italiane. Vi sono indicati 6 valori (Economia, Comunità, Cura, Cultura, Memoria, Ambiente) e 2 azioni (Festa e Formazione).

Tra i propositi indicati: realizzare la Festa dell'Ospitalità per la Cultura della Ristorazione Italiana e creare un'accademia per la Cultura e l'Impresa della Ristorazione Italiana che possa garantire la più elevata formazione alle giovani generazioni di imprenditori preparandoli alla cultura di impresa,

del fare rete, alla consapevolezza di essere parte di un sistema.

"Anche Milano sottoscrive questo importante documento di intenti - ha dichiarato il sindaco di Milano, Giuseppe Sala - di cui condivi-

diamo valori e finalità". Con la Carta dei Valori questi temi "diventano opportunità di crescita e caratterizzazione, culturale, sociale e ambientale, delle migliaia di imprese della ristorazione milanese".

"La Ristorazione italiana, e milanese in particolare - ha detto il presidente di Epam, Lino Stoppani - esprime un grande valore economico, identitario ed attrattivo del Paese che la Carta dei Valori Fipe intende promuovere combinando eccellenze enogastronomiche con i

valori della socialità, della convivialità e della tradizione, a cui sono connesse la qualificazione della nostra offerta turistica e la valorizzazione del patrimonio agroalimentare".

A Milano operano oltre 8.750 pubblici esercizi (di essi 4.100 ristoranti) con un giro d'affari 2021 complessivo superiore ai 3,2 miliardi di euro (fonte: Uff. studi Fipe)

Firmata dal sindaco di Milano Giuseppe Sala la Carta dei Valori della Ristorazione

Il sindaco di Milano Giuseppe Sala e l'assessore allo Sviluppo economico e Politiche del Lavoro Alessia Cappello

hanno sottoscritto a Palazzo Marino la Carta dei Valori della Ristorazione Italiana, il documento voluto da Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e ideato da Davide Rampello, curatore del Padiglione Zero di Expo Milano 2015 e direttore artistico del Padiglione Italia a Expo Dubai. La Carta dei Valori è stata portata all'attenzione del sindaco Sala da Epam, l'Associazione pubblici esercizi Confcommercio Milano. Alla firma erano presenti Lino Stoppani presidente di Epam, i vicepresidenti Fabio Acampora (vicario) e Michele Berteramo, Claudio Sadler. La Carta dei Valori della Ristorazione è nata a livello nazio-



Milano, con la fine dell'emergenza sanitaria stop agli orari differenziati d'apertura

Con il venir meno, dopo il 31 marzo, dello stato di emergenza sanitaria, decade l'ordinanza del Comune di Milano - che nasceva dal Patto "Milano per la scuola" - con orari differenziati d'apertura per evitare il sovraffollamento dei mezzi pubblici. Non vi è più quindi l'obbligo, per la gran parte degli esercizi commerciali coinvolti, di posticipare l'apertura alle 10.15.

Stop anche al rinvio dell'obbligo di chiusura delle porte degli esercizi commerciali (con deroghe) - Dal 1° aprile scattato a Milano anche l'obbligo di chiusura delle

porte degli esercizi commerciali, come previsto dal Regolamento comunale per la qualità dell'aria. Provvedimento che doveva entrare in vigore già a gennaio ed era stato rinviato per l'intervento di Confcommercio Milano che aveva sottolineato l'incongruità della misura (si continua a richiedere un nuovo rinvio del provvedimento). Una deroga è prevista per i negozi che fanno uso delle cosiddette lame d'aria o sono dotati di dispositivi di ingresso che garantiscono comunque l'isolamento termico degli ambienti (ad esempio: porte a bussola).

LA SETTIMANA RESTART



**IL PODCAST CON
AGGIORNAMENTI E
APPROFONDIMENTI
DAL MONDO
DELL'ECONOMIA,
DELLA POLITICA E
DELL'ATTUALITÀ**

INQUADRA E ASCOLTA



CONFCOMMERCIO.MILANO.IT

SPOTIFY



AMAZON MUSIC



APPLE PODCAST



GOOGLE PODCAST



ANCHOR



Online la Guida Convenzioni 2022 di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza Ogni giorno cerchi, trovi e risparmi

E'online la nuova Guida Convenzioni 2022 di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (foto della copertina), con la quale si possono scoprire tutte le opportunità di risparmio ottenibili con la tessera associativa.

Guida da sfogliare e scaricare a questo link:

https://www.confcommerciomilano.it/it/impresa_persona/convenzioni/Guida_convenzioni_issuu.html



Nella Guida scopri le convenzioni delle varie aziende: ogni giorno cerchi, trovi e risparmi.

Ed è possibile offrire ai dipendenti le convenzioni ad essi riservate.

Un'opportunità per dare ai propri collaboratori questo benefit gratuito.

Per gli associati di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza da almeno tre anni, c'è, inoltre, **#fedeltàmipace**: un pacchetto di opportunità, arricchito e sviluppato, con condizioni ancora più interessanti.

GUIDA CONVENZIONI 2022

**OGNI
GIORNO
CERCHI,
TROVI
E RISPARMI**



Per informazioni:

tel. 027750372

convenzioni.imprese@unione.milano.it

Publicazione dei contributi pubblici ricevuti: disponibile il servizio attraverso confcommerciomilano.it

SUPPORTO FISCALE E LEGALE

Trasparenza dei contributi pubblici alle imprese - Legge 124/2017

Obbligo di pubblicizzare quanto ricevuto in nota integrativa, sul proprio sito internet o sul sito dell'Associazione di appartenenza - Legge n. 124/2017, art. 1, commi 125 e ss.

- SOGGETTI OBBLIGATI ALLA PUBBLICITA' (descrizione sintetica)
- GLI AIUTI E/O CONTRIBUTI OGGETTO DI PUBBLICIZZAZIONE (descrizione sintetica)
- CRITERIO DI PUBBLICIZZAZIONE (descrizione sintetica)
- DOVE SI PUBBLICIZZANO GLI AIUTI, SOVVENZIONI O CONTRIBUTI
- COME SI PUBBLICIZZANO (descrizione sintetica)
- COVID 19 - GLI AIUTI RICEVUTI DALLE IMPRESE (descrizione sintetica)
- REGIME SANZIONATORIO (descrizione sintetica)

APPROFONDIMENTI
Per approfondimenti le imprese associate possono rivolgersi alla Direzione Servizi Tributarî: tributari@soluzione.milano.it

SERVIZIO DI ASSISTENZA AI SOCI DI
UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA



E'stata ostacolata al 1° luglio la decorrenza delle sanzioni per la mancata pubblicazione dei contributi pubblici 2020 ricevuti dalle imprese (dal 1° gennaio 2023, invece, per i contributi pubblici ricevuti nel 2021).

Su [confcommerciomilano.it](https://www.confcommerciomilano.it)

https://www.confcommerciomilano.it/it/supporto_fiscale_legale/trasparenza/

è disponibile il servizio di pubblicazione per le imprese.

Rivolgersi alla propria associazione di riferimento.



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

“Milano 2023”: Mondiali di scherma attrattori di indotto Confcommercio Milano e Automobile Club Milano: partnership con il Comitato organizzatore

E' cominciato il viaggio di avvicinamento verso “Milano 2023”, i Campionati mondiali assoluti di scherma in programma dal 18 al 26 luglio del prossimo anno. Di viaggio ne aveva parlato a gennaio, in occasione della presentazione della competizione, il presidente del Comitato organizzatore, Marco Fichera: “Non è solo un Mondiale, ma un vero viaggio che partirà a marzo 2022 per arrivare a luglio 2023 con una serie di eventi sul territorio, a partire da giugno, per un unico brand che è quello di Milano 2023”.

E in questo viaggio il Comitato organizzatore dei Mondiali di scherma ha trovato due compagni: Confcommercio Milano e Automobile Club Milano con le quali sono stati firmati protocolli d'intesa presentati in Confcommercio Milano con Marco Fichera, il vicepresidente Maurizio Novellini e i componenti del Comitato Joelle Piccinino, Giuseppe Zalum e Giovanni Bruno; Geronimo La Russa, presidente Automobile Club Milano, con il direttore Alberto Ansaldi; Simonpaolo Buongiardino, componente di Giunta e consigliere di Confcommercio Milano, con il segretario generale Marco Barbieri. All'iniziativa è intervenuto Marco Riva, presidente del Coni Lombardia. Automobile Club Milano e Confcommercio Milano patrocinano

la manifestazione ospitando gratuitamente già quest'anno eventi (Confcommercio Milano con il suo Centro congressi) e destinando al Comitato organizzatore uffici in modo stabile (Automobile Club Milano).

I Mondiali di scherma approderanno per la prima volta a Milano, città dalla grande tradizione schermistica - con circoli e campioni, come Mangiarotti, che hanno fatto la storia di questo sport - e sarà l'ottava edizione, che si svolgerà in



Da sinistra Geronimo La Russa, presidente Automobile Club Milano; Marco Riva, presidente Coni Lombardia; Marco Fichera, presidente Comitato organizzatore dei Mondiali di scherma “Milano 2023” e Simonpaolo Buongiardino, componente di Giunta e consigliere di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Italia (la prima a Napoli nel 1929, l'ultima a Catania nel 2011). Mondiali che, dal punto di vista strettamente sportivo, costituiranno un banco di prova molto importante con la qualificazione per le Olimpiadi di Parigi del 2024.

Banco di prova significativo anche per Milano in prospettiva delle Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026. Nel capoluogo lombardo i Mondiali di scherma avranno l'Allianz Club, il rinnovato impianto, come sede di gara assieme alla copertura della piscina del vicino Lido per collocare ulteriori pedane necessarie allo svolgimento delle competizioni. Sono attesi a

Milano 1.500 atleti provenienti da più di 150 Paesi con oltre 3.000 tecnici. Il Comitato organizzatore stima in almeno 10mila le persone che assisteranno alle gare e durante la presentazione il presidente del Comitato organizzatore Fichera ha indicato in 25 milioni di euro una prima stima potenziale dell'evento.

In Lombardia sono circa 4.500 gli schermidori tesserati con società affiliate a Fis (Federazione italiana scherma): un quinto di tutta Italia. A Milano Città Metropolitana i tesserati sono 1.300.

“Crediamo molto in ‘Milano

2023’ – ha affermato Simonpaolo Buongiardino per Confcommercio Milano (Buongiardino, fondatore dell'associazione Master Italiana Scherma e campione del mondo Master nel 1997 a Capetown, è oggi presidente della sala di scherma Cariplo Piccolo Teatro di Milano. Ha cominciato a praticare la scherma da ragazzo al Gonzaga) – i Mondiali costituiscono un evento attrattore di indotto per le attività commerciali e turistiche del nostro territorio”.



Foto di Federico Giusti

*Patrocino
ed ospitalità gratuita
per eventi e uffici*



*Le rilevazioni dei prezzi degli immobili con la Camera di commercio
La collaborazione di FIMAA MiLoMb*



**CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI**

Milano e Monza Brianza Mercato immobiliare: valori in crescita

A Milano presentati i dati delle rilevazioni dei prezzi degli immobili sulla Città Metropolitana di Milano e Monza Brianza del secondo semestre 2021, realizzate dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi in collaborazione con FIMAA Milano Lodi Monza Brianza ed altre associazioni ed ordini professionali del settore. (SM)

MILANO - In media valgono 5.898 euro al mq. gli immobili nuovi a Milano al secondo semestre 2021 e crescono dell'1,1% rispetto a 5.836 euro al mq., valore del primo semestre. Era di 5.210 il dato pre-Covid a fine 2019, con una crescita del 13,2% del prezzo medio degli immobili nuovi milanesi in due anni.

In particolare, a fine 2021, in centro città i prezzi medi sono di 10.367 euro al mq., nel settore nord di 4.548 euro al mq., nel settore est di 4.932 euro al mq., nel settore sud di 4.283 euro al mq, nel settore ovest di 5.361 euro al mq. Ma dall'inizio dell'anno aumentano le preoccupazioni degli operatori sull'andamento del mercato, con un rallentamento delle trattative, per l'emergente incertezza della situazione internazionale, con la lievitazione dei costi di materie prime ed energia e la perdita di clienti russi e ucraini.

MILANO
LODI
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

TRANSAZIONI A MILANO E CITTA' METROPOLITANA -

“Quasi 20 miliardi: questo il valore delle transazioni residenziali a Milano e nella Città Metropolitana, secondo la stima di FIMAA MiLoB nel 2021, pari a circa il 18% dell'intero comparto residenziale in Italia – ha detto Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza – Questo dato conferma, ancora una volta, come il mercato residenziale sia la più importante delle asset class del real estate a Milano, in termini di fatturato, analogamente alla situazione nazionale. Se il periodo di incertezza internazionale determinasse un rallentamento dell'intensità della crescita del settore – ha

proseguito – certamente Milano presenta un mercato più stabile e vivace grazie ai numerosi progetti in essere, quali la rigenerazione degli ex scali e gli interventi legati alle Olimpiadi 2026”.

*Con l'incertezza
del periodo rallentano
le trattative*

MONZA BRIANZA - Nel secondo semestre 2021 prezzi degli immobili in crescita a Monza e Brianza. A Monza città in media 2.995 euro al mq per il nuovo (classe energetica A-B), +4,9% rispetto al 2020. In Brianza valori medi di circa 2.000 euro al mq. I prezzi delle case nuove in Brianza valgono mediamente oltre 2.000 €/mq. nel quadrante est, con valori medi massimi in centro a Vimercate a 3.300 €/mq (invariati) e più contenuti ad Arcore (in media 2.500 €/mq, stabili) ed Agrate Brianza (in media 2.400 €/mq, +4,4%). A nord valutazioni in crescita sui prezzi massimi a Lissone (2.600 euro al mq., +4%) e Giussano (2.400 euro al mq., + 9,1%). Nella zona ovest stabili Desio (2.450 euro al mq.) e Seregno (2.400 euro al mq.).



**EMERGENZA
UCRAINA**

SOSTIENI
GLI INTERVENTI
DI EMERGENZA
DELLA RETE CARITAS

COME DONARE:
IN POSTA: C.C.P. n. 13576228 intestato Caritas Ambrosiana Onlus - Via S. Bernardino, 4 - 20122 Milano
CON BONIFICO: C/C presso il Banco BPM Milano intestato a Caritas Ambrosiana Onlus - IBAN: IT82Q0503401647000000064700
CON CARTA DI CREDITO ON LINE: donazioni.caritasambrosiana.it

CAUSALE OFFERTA: **Conflitto in Ucraina**

Caritas Ambrosiana non effettua raccolte di vestiti, generi alimentari, medicinali, coperte o qualsiasi altro bene in quanto non è possibile garantire il trasporto di questi prodotti vista la situazione di conflitto in atto, le procedure doganali e i costi di trasporto.
Caritas Ambrosiana raccoglie solamente offerte in denaro.
Si invitano le Caritas sul territorio della diocesi ad attenersi a questa indicazione.

Per qualsiasi informazione:
02.40703424 - caritasambrosiana.it

DONA ORA

Caritas Ambrosiana Supporto alle vittime della guerra in Ucraina

Ecco come contribuire

Caritas Ambrosiana è impegnata per portare aiuto alla popolazione Ucraina colpita dal conflitto in atto. In particolare, le attività di sostegno già operative, attraverso Caritas Ukraine e Caritas Spes, riguardano servizi per l'accoglienza per le famiglie sfollate, attività di trasporto per il ricongiungimento di familiari e amici, evacuazione e protezione dei bambini ospiti delle case famiglia, fornitura di pasti, servizio di docce e lavanderia, supporto psicologico.

Donazioni

Con carta di credito online

<https://donazioni.caritasambrosiana.it>

Posta: C.C.P. n. 000013576228 intestato Caritas Ambrosiana Onlus

Via S. Bernardino 4 - 20122 Milano.

CAUSALE OFFERTA: Conflitto in Ucraina

Bonifico: C/C presso il Banco BPM Milano, intestato a Caritas Ambrosiana Onlus

IBAN: IT82Q0503401647000000064700

CAUSALE OFFERTA: Conflitto in Ucraina

Le donazioni sono detraibili/deducibili online



Disponibilità di accoglienza diffusa di profughi in Italia

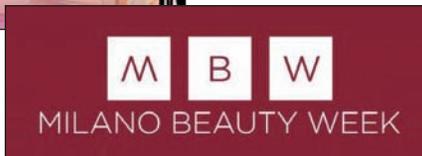
Caritas Ambrosiana inoltre raccoglie le offerte di disponibilità all'accoglienza di profughi provenienti dall'Ucraina da parte di parrocchie, istituti religiosi o privati cittadini.

La segnalazione deve essere effettuata all'Area

Stranieri di Caritas Ambrosiana scrivendo a stranieri@caritasambrosiana.it.



Presentazione della Milano Beauty Week a Palazzo Marino (durante l'intervento di Alessia Cappello, assessore allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro) – foto del Comune



Confcommercio Milano: gli itinerari con il Club Imprese Storiche, le guide turistiche di Gitec, le promozioni con gli erboristi (ARLE) e i profumieri (FENAPRO)

Confcommercio Milano partecipa alla prima edizione di Milano Beauty Week, la settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere organizzata da Cosmetics Italia in collaborazione con Cosmoprof e Esxence, in programma a Milano dal 3 all'8 maggio.

Confcommercio Milano, che ha concesso il patrocinio alla manifestazione, aderisce con la collaborazione di ConfGuide-Gitec (Associazione Guide Italiane Turismo e Cultura); FENAPRO (Federazione Nazionale profumieri);

ARLE (Associazione Regionale Lombarda Erboristi) e il supporto del Club Imprese Storiche attraverso iniziative e progetti che coinvolgono le realtà commerciali cittadine legate al mondo beauty (e non solo).

I percorsi alla ricerca della bellezza per la prima Milano Beauty Week

Il Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, con le sue erboristerie e profumerie storiche, realizzerà, in collaborazione con ConfGuide - Gitec (guide turistiche), il progetto "Alla ricerca di Bellezza per la città di Milano e i suoi negozi storici, un mondo dove ogni oggetto ha una storia da raccontare". Tre percorsi turistici, sabato 7 maggio, per la Milano Beauty Week 2022. Le guide turistiche di Gitec hanno ideato tre percorsi sviluppati su tre assi: Paolo Sarpi, Quadrilatero e Porta Romana. Ogni tour è arricchito da un'esperienza unica all'interno delle imprese storiche coinvolte, per offrire ai partecipanti percorsi olfattivi, degustazioni di tisane e visite dei propri spazi.

Itinerario: LA BELLEZZA NASCOSTA DI MILANO

Un appuntamento per addentrarsi nel centro città, partendo dal Quadrilatero della Moda, e scoprire molte bellezze e storie spesso sconosciute ai visitatori. Il percorso sarà dedicato sia alla bellezza nascosta dei palazzi storici e delle piazze storiche, sia alla bellezza interiore legata ad alcuni personaggi femminili importanti per la storia di Milano. **Negozi storici coinvolti:** O'Lorenzi (corso Magenta 1), Preattoni (via della Spiga 57)

Visita guidata a cura di: Laura Benitti

Data: sabato 7 maggio – ore 16:30

Milano e i suoi negozi storici: tre percorsi con il Club Imprese Storiche e ConfGuide - Gitec (guide turistiche)



**CLUB
IMPRESE
STORICHE**

Itinerario: LA BELLEZZA DEI NUOVI GRATTACIELI E IL FASCINO MULTICULTURALE DEL QUARTIERE PAOLO SARPI

L'itinerario, con partenza da Largo La Foppa, racconterà la bellezza dei nuovi grattacieli e, proseguendo per Porta Volta e via Paolo Sarpi, aneddoti e curiosità della Chinatown milanese. Durante il percorso i partecipanti visiteranno alcune delle botteghe storiche del quartiere.

Negozi storici coinvolti: Erboristeria Novetti (via Paolo Sarpi 63), Profumeria Lorenzi (via Paolo Sarpi 62), Erboristeria Mediolanum (via Alessandro Volta 7)

Visita guidata a cura di: Sara Mautone

Data: sabato 7 maggio – ore 14

Itinerario: ALLA SCOPERTA DELLE FACCIATE MILANESI

Percorso alla scoperta del corso di Porta Romana, strada storica milanese con una propria vicenda artistica, architettonica e commerciale da scoprire. L'anima commerciale sarà raccontata dagli stessi commercianti nella visita alle due botteghe storiche che, da molti anni, animano il corso di Porta Romana.

Negozi storici coinvolti: Sabrina Frigoli Store e Profumeria Parfumerie (corso di Porta Romana 57)

Visita guidata a cura di: Adriana Di Pietrantonj

Data: sabato 7 maggio – ore 10:30

ARLE – Associazione Regionale Lombarda Erboristi

ARLE, gli erboristi di Confcommercio Milano, aderiscono alla Milano Beauty Week. Dal 3 all'8 maggio l'Associazione dà vita, tra le imprese del segmento commerciale, ad un circuito di valorizzazione della qualità dei propri prodotti con l'obiettivo di promuovere il valore della cura della persona. I professionisti del settore offriranno a tutti gli interessati un gadget oppure una prova prodotto per sensibilizzare il consumatore anche sul tema della sostenibilità, cardine della relazione fra cliente ed impresa.



FENAPRO - Federazione Nazionale Profumieri

FENAPRO aderisce alla Milano Beauty Week con iniziative e proposte per promuovere la bellezza e la cura della persona all'interno dei punti vendita. Partecipano: Profumeria Astesani, Profumeria Erika, Marionnaud, Profumeria Bandini, Profumeria Bocchiola, Profumeria Optima. Alle iniziative promozionali aderisce anche una profumeria di Rho: Profumeria Tiso. Tra le imprese storiche: Profumeria Mazzolari, Profumeria Desiree, Grazioli Profumeria Beauty Loft, Profumeria Lorenzi, Preattoni.



Intervento del presidente della Rete associativa della Confcommercio milanese e di Ascobaires dopo l'ipotesi pedonalizzazione lanciata dalla presidente del Municipio 3

Gabriel Meghnagi: su corso Buenos Aires nessuna imposizione Prioritario per Milano far ripartire l'economia e i consumi

Non è all'ordine del giorno, ha chiarito il sindaco di Giuseppe Sala (che comunque ha ribadito l'obiettivo di rimuovere i residui parcheggi per le auto e rendere più sicura la pista ciclabile), ma si è tornato a parlare, a Milano, dell'ipotesi pedonalizzazione di corso Buenos Aires rilanciata dalla presidente del Municipio 3 Caterina Antola. Su quest'ipotesi netta la presa di posizione della Confcommercio milanese. "Stiamo affrontando da due anni una crisi pandemica che ha messo in ginocchio le imprese – ha dichiarato al Corriere della Sera Gabriel Meghnagi, presidente della Rete associativa vie di Confcommercio Milano e presidente di Ascobaires – e a questo si sommano i rincari energetici e il dramma di una guerra. Bisogna concentrarsi per far ripartire l'economia milanese e nazionale. Pedonalizzare non è certo una priorità". Corso Buenos Aires – ha proseguito Meghnagi al Corriere "sarà invece



**Gabriel Meghnagi,
presidente Rete
associativa vie
di Confcommercio
Milano e Ascobaires**



oggetto di un importante progetto di riqualificazione che riguarderà l'intero asse con via Padova e viale Monza (c'è il progetto Nhood di piazzale Loreto, vedi *Unioneinforma* del dicembre 2021 alle pagine 14 e 15 n.d.r.). Bisogna lavorare tutti nella condivisione senza imporre scelte che avrebbero ricadute importanti sul tessuto produttivo". La pedonalizzazione di corso Buenos non è compatibile con le sue caratteristiche, sia per dimensioni che per mix merceologico: "La decisione di pedonalizzare una via, una piazza o un corso – ha aggiunto il segretario generale di Confcommercio Milano Marco Barbieri – dev'essere il risultato di una interlocuzione tra tutti i soggetti che vivono, popolano o lavorano in quell'area. Deve essere il frutto di una condivisione di idee e progetti".

In una precedente dichiarazione Meghnagi aveva anche

ricordato al Municipio 3 come, prima di pensare a pedonalizzare o ai pilomat ci fossero ben altre urgenze pratiche: "ci sono tutte le vie limitrofe da sistemare, piazzale Lavater è tutta cemento, in via San Gregorio ci sono le buche".



lavori per il nuovo Ortomercato di Milano proseguono. Il progetto di rinnovamento porterà alla creazione di un hub agroalimentare tra i più grandi d'Europa. Le consegne delle

Nuovo Ortomercato, stato avanzamento lavori

prime strutture sono previste nel maggio di quest'anno poi, per step successivi, si arriverà al completamento nel 2025. Visita al cantiere dell'assessore allo Sviluppo economico e alle Politiche del lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello con il segretario generale di Confcommercio Milano Marco Barbieri, i rappresentanti dei grossisti e la dirigenza di Sogemi. "Lavoriamo per un confronto continuo e una collaborazione costruttiva e sinergica tra tutte le parti coinvolte, affinché il risultato risponda alle esigenze, alle necessità e alle aspettative di tutti" ha commentato Barbieri a margine della visita. (FG)



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA

A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO

La sede di Palazzo Castiglioni illuminata di verde e Palazzo Bovara (il Circolo del Commercio) hub per il ritiro delle piantine futuri alberi

Ambiente: l'adesione di Confcommercio Milano all'iniziativa "Custodiscimi" di Forestami

Confcommercio Milano ha aderito all'iniziativa "Custodiscimi" di Forestami - promossa insieme a Ersaf e Legambiente Lombardia - con la presa in custodia, da parte dei cittadini interessati, di una piantina (ciliegio, farnia, olmo bianco, pado) il suo trapianto, la sua cura e manutenzione per circa 8 mesi, e la sua restituzione a Forestami il 20 novembre in occasione della Giornata nazionale degli alberi per una

ripiantumazione collettiva dei futuri alberi.

Confcommercio Milano ha partecipato a "Custodiscimi" aprendo le porte di Palazzo Bovara, Circolo del Commercio di Confcommer-

cio Milano in corso Venezia 51, come hub per il ritiro delle piantine a chi le aveva già prenotate sul sito di Forestami. Confcommercio Milano ha partecipato a "Custodiscimi" anche con l'illuminazione speciale della facciata della propria sede (Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47), interamente illuminata di verde.



Immagini di Mattia Dognini e Federico Giusti



Forestami

Forestami è il progetto di Città Metropolitana di Milano, Comune di Milano, Regione Lombardia, Parco Nord Milano, Parco Agricolo Sud Milano, Ersaf e Fondazione di Comunità Milano che prevede la messa a dimora di 3 milioni di alberi entro il 2030, per far crescere il capitale naturale, pulire l'aria, migliorare la vita della grande Milano e aumentare la resilienza del territorio metropolitano rispetto agli stress ambientali e agli effetti del riscaldamento climatico.

www.epamassociazione.it/

Publici esercizi Online il nuovo sito di Epam

Online - <https://www.epamassociazione.it/> - il nuovo sito di Epam, l'Associazione pubblici esercizi Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Il sito è uno strumento di informazione e supporto con notizie e collegamenti utili per i pubblici esercizi. In primo piano i servizi offerti da Epam e le informazioni, suddivise per tematiche.

Panificazione, rinnovato il contratto integrativo lombardo

Rinnovato il Contratto integrativo regionale lombardo del settore panificazione (Cirl) tra Unione Regionale Panificatori Lombardia (Federpanificatori Fippa) con le altre associazioni di rappresentanza imprenditoriali (Assipan rappresentata dall'Associazione panificatori di Lecco e Assopanificatori Fiesa) e i sindacati (Fai Cisl, Flai Cgil e Uila-Uil della Lombardia).

L'accordo sottoscritto - che coinvolge circa 4.000 aziende, ed oltre 15.000 lavoratori, con caratteristiche e specificità differenziate tra le varie province lombarde - ha operatività già dal 1° gennaio di quest'anno.

Il nuovo contratto integrativo lombardo della panificazione, che si aggiunge alle intese regionali intervenute con l'accordo del 2 dicembre 2021 sul sistema della classificazione del personale e dell'apprendistato, prevede:

- il potenziamento del sistema bilaterale regionale, con una maggiore dotazione in termini economici (+20%) dell'impianto organizzativo degli RLST per una più efficace e adeguata cultura della prevenzione;
- la riconferma della validità dell'introduzione del "bollino etico di qualità" attraverso la definizione di un disciplinare che identifichi nell'ambito della responsabilità sociale d'im-



presa criteri idonei a certificare sia la corretta applicazione delle regole normative previste dal Ccnl e dal Cirl sia l'adesione agli enti bilaterali di

settore regionale e nazionale;

- la volontà di attivare partnership con enti e/o istituzioni di ricerca per migliorare l'apporto di analisi e la proiezione delle possibili evoluzioni del settore della panificazione;
- comune impegno nell'adeguamento degli inquadramenti professionali, anche durante la vigenza contrattuale, come avvenuto negli accordi in materia;
- un incremento del "premio regionale per obiettivi (Prov)" per il prossimo quadriennio di circa il 25%.

E' possibile destinare volontariamente tutto o parte del premio regionale per obiettivi (Prov) ad Alifond, il fondo contrattuale per la pensione complementare. Scelta incentivata dal riconoscimento di una maggiorazione del 15% a favore delle quote che i lavoratori decideranno di destinare al fondo pensione, con un guadagno netto - grazie a defiscalizzazione e decontribuzione delle somme destinate a forme di welfare - non solo per il lavoratore, ma anche per il datore di lavoro.

Il Rapporto ristorazione 2021 di Fipe

Publici esercizi: ripresa ancora rimandata

Uno scenario ancora di difficoltà per i pubblici esercizi: il rialzo dei prezzi delle materie prime e dell'energia, lo scenario di grande incertezza con il conflitto in Ucraina, l'onda lunga delle restrizioni imposte per il contenimento della pandemia. Fattori che pesano sull'andamento del comparto e che rimandano la ripresa. Questo quadro ha fatto da sfondo alla presentazione, a Roma, del Rapporto ristorazione 2021 di Fipe Concommercio, la Federazione italiana dei pubblici esercizi. Presentazione con il presidente di Fipe Lino Stoppani e Romina Mura, presidente della Commissione Lavoro della Camera dei Deputati. Il Rapporto ristorazione è stato realizzato dall'Ufficio studi di Fipe Concommercio in collaborazione con Bain&Company e Tradelab.

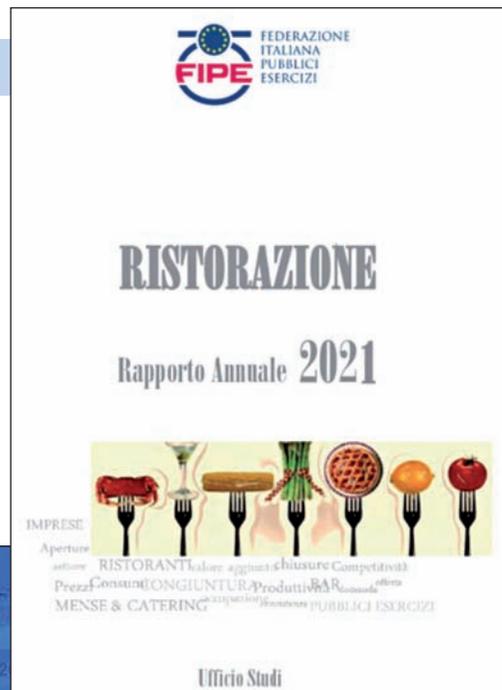
I dati

Il 2021 ha mantenuto la promessa della ripresa solo per il 16% delle imprese, i cui fatturati sono cresciuti, mai però più del 10%. Per il 73% degli imprenditori, invece, il calo del volume di affari è stato verticale, a causa delle lunghe limitazioni con conseguente contrazione dei consumi. Gli italiani hanno speso oltre 24 miliardi di euro in meno nei servizi di ristorazione rispetto al 2019. Conseguenza di questa dinamica, e del relativo clima di sfiducia che si è sviluppato attorno al settore, è stata la scomparsa di 194mila posti di lavoro rispetto al periodo pre-Covid. Per quanto riguarda l'energia, il Rapporto rivela come l'87% degli imprenditori abbia registrato un aumento della bolletta energetica fino al 50% e del 25% per i prodotti alimentari. Anche se gli aumenti dei prezzi ai consumatori rimangono contenuti: nel febbraio 2022 lo scontrino medio è salito del 3,3% rispetto a un valore generale dei prezzi aumentato del 5,7%. Il 56,3% di bar e ristoranti, inoltre, non prevede di rivedere a breve il rialzo dei propri listini prezzi.

E' minore la propensione degli italiani a spendere in bar e ristoranti: a causa, secondo il 43% degli imprenditori, degli effetti del carovita e del perdurare di un indice di fiducia negativo. Questo incide sulle previsioni di crescita: 6 imprese su 10 ritengono verosimile un ritorno ai livelli pre-crisi solo nel 2023. Per il secondo anno consecutivo si conferma la forte frenata della nascita di nuove imprese, 8.942 nel 2021, a fronte di un'impennata delle cessazioni di attività, 23mila. Tra il 2020 e il 2021 le imprese dei pubblici esercizi che hanno chiuso i battenti sono state oltre 45mila.



Lino Stoppani, presidente Fipe (ed Epam)



Il commento

“La fotografia scattata attraverso il nostro Rapporto – ha sottolineato il presidente Fipe Lino Stoppani – si arricchisce di ulteriori elementi di stringente attualità. Il deflagrare del conflitto bellico in Ucraina sta infatti avendo e continuerà ad avere un impatto fortissimo sulle nostre attività, sia per gli effetti sulla dinamica dei prezzi delle materie prime energetiche e sull'approvvigionamento di specifiche materie prime alimentari, sia per le giuste e necessarie sanzioni elevate dalla comunità internazionale a carico della Russia e sia per l'effetto domino sui flussi turistici, linfa vitale per il nostro settore. Stante così la situazione non è più rinviabile l'eliminazione delle misure restrittive adottate in Italia per mitigare la pandemia.”

“Alle emergenze prezzi e consumi – ha proseguito Stoppani - se ne è aggiunta una terza, l'occupazione.

In questi due anni le imprese hanno subito una pesante perdita di capitale umano a cui occorre rimediare con la massima urgenza recuperando produttività ed attrattività. Ma quello che manca è una vera politica di settore che ne riconosca il valore per lo sviluppo del Paese. Su questo obiettivo concentreremo la nostra iniziativa e il nostro impegno”.

SCADENZA

E' stato prorogato al 30 di aprile il termine (in precedenza fissato il 28 febbraio) per la presentazione, da parte dei pubblici esercizi, delle istanze di rilascio dei titoli autorizzatori per la messa in esercizio degli apparecchi da intrattenimento senza vincite in denaro. Di conseguenza, dal 1° maggio 2022, potranno essere installati nei pubblici esercizi solo gli apparecchi provvisti dei suddetti titoli autorizzatori e dei relativi dispositivi di identificazione elettronica. Rivolgersi all'associazione.

ARTI DELLA TAVOLA E DEL REGALO

ART

L'Associazione dei produttori, importatori, editori, grossisti e rivenditori di articoli per la tavola, la cucina e la decorazione della casa

ART, Angelo Maino presidente

E' Angelo Maino il nuovo presidente di ART, l'Associazione dei produttori, importatori, editori, grossisti e rivenditori di articoli per la tavola, la cucina e la decorazione della casa. Maino (di Maino Carlo Rappresentanze, azienda storica specializzata nella distribuzione) è stato eletto dal Consiglio Direttivo dell'Associazione, rinnovato per il quadriennio 2022-2025.



Angelo Maino

Nuovo Consiglio Direttivo per il quadriennio 2022-2025

Angelo Maino ha assunto la carica di presidente rivolgendo un ringraziamento al suo predecessore Giusto Morosi (Tognana) invitandolo a confermare la propria presenza nel Consiglio Direttivo per poter proseguire nei progetti per lo sviluppo di ART.

Nel Consiglio, in rappresentanza del retail specializzato, Eleonora Ciacci (Ciacci Gioielleria, negozio nel settore della tavola e del regalo).

Il nuovo Consiglio Direttivo di ART è completato da Walter Bongiorno (Bongiorno), Sergio Cislighi (Frivar), Alessandro Civati (Alessi), Franco Corradi (Corrado Corradi), Donatella Galli (Vip Home Group), Carolina Grigoriadis (International Cookware Pirex), Alessandra Maggi (Le Creuset), Tiziana Menozzi (Centro Vendite Menozzi), Walter Montagna (Lamart), Giorgio Toninelli (Pedrini PPL), Marina Vago (Taitù), Pino Fasulo (Commercialista e Revisore Contabile),

Erika Puesme (Puesme Home) ed Alessandro Viglione (Cristallerie Livellara) compongono il Collegio dei Revisori dei Conti.

Stiamo uscendo da un contesto emergenziale che ha creato molti problemi alla rete distributiva ed ai consumi – ha affermato il neopresidente Maino – ma che al tempo stesso ha consentito di riscoprire positivamente il nostro settore, che si è dimostrato ricco di potenzialità per il consumatore italiano". Il Consiglio Direttivo di ART ha individuato alcune aree di intervento e focalizzazione delle strategie sui target interessati: per le imprese produttrici (Brand), coinvolgimento e tutela degli interessi

nazionali a sostegno di politiche commerciali internazionali (noli marittimi, materie prime, reshoring); e poi nuove opportunità di business, con integrazione di canali distributivi e modalità di piattaforma digitale.

Per le imprese distributrici di marchi internazionali presenti nell'Associazione,

particolare attenzione e coinvolgimento su politiche doganali e assistenza legislativa (Moca, packaging e supply chain). Attività mirata sul mondo Retail (DO/Dpt.Store e Dettaglio Specializzato) con politiche di formazione e trasformazione digitale, innovazione di processi di servizio al consumatore finale.

Nella politica di marketing associativo, le linee di intervento riguarderanno, in particolare, la promozione e l'accesso alla finanza agevolata per bandi diretti e indiretti, l'Osservatorio Dati Sentiment trimestrali, la partnership con i servizi Concommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Concommercio (EDI SPIN, Sportello Europa, Concommercio Bruxelles) e le fiere internazionali, le convenzioni con partner qualificati. (FG)

Concorso Prosa, Poesia, Pittura e Fotografia di 50&Più Iscrizioni entro il 3 giugno

Aparte le iscrizioni alla 40° edizione del Concorso 50&Più Prosa, Poesia, Pittura e Fotografia. Può partecipare chiunque abbia compiuto 50 anni purché non abbia mai tratto profitto da attività artistiche e non sia scrittore, poeta, pittore o fotografo professionista. Il tema delle opere è libero e le stesse devono essere inedite. Su Spazio50.org (foto) <https://www.spazio50.org/40-concorso-prosa-poesia-pittura-e-fotografia/> è possibile trovare la scheda di iscrizione e il bando, con tutte le informazioni necessarie. La scadenza delle iscrizioni (attenzione: si può partecipare al Concorso 50&Più con massimo un'opera per ogni categoria) è il 3 giugno. (BB)





Antiquari già al lavoro per organizzare AMART 2022 e MOG (Milano Open Galleries)

ASSOCIAZIONE ANTIQUARI MILANESI

L'Associazione è stata costituita nel 1957 come Sindacato Provinciale Mercanti d'Arte Antica della provincia di Milano, con l'obiettivo di coordinare, armonizzare e difendere gli interessi della categoria. E da oltre sessant'anni è focalizzata sugli aspetti etici della professione, ponendosi verso la collettività come fonte autorevole di educazione all'arte e

Michele Subert, presidente dell'Associazione Antiquari Milanesi

garantendo la qualità e l'autenticità degli oggetti commercializzati così da ridurre i rischi di atti e transazioni illeciti o di incauti acquisti.

**Associazione Antiquari Milanesi
Michele Subert eletto presidente**

Michele Subert (dell'omonima galleria antiquaria) è il nuovo presidente dell'Associazione Antiquari Milanesi.

Subert è stato eletto per acclamazione dall'assemblea, svoltasi in Confcommercio Milano a Palazzo Castiglioni.

Rinnovato il Consiglio Direttivo. Vicepresidenti: Lorenza Salamon e Fabrizio Pedrazzini

Rinnovato, per il prossimo quinquennio, il Consiglio direttivo dell'Associazione.

Ad affiancare Subert i vicepresidenti Lorenza Salamon e Fabrizio Pedrazzini e i consiglieri Matteo Allemandi, Giuseppe Beretti, Umberto Campi, Mirco Cattai, Giulia Cavagnis, Isabella Danesini, Tomaso Piva, Valeria Ricci.

La rinnovata dirigenza dell'Associazione Antiquari Milanesi è già al lavoro per organizzare AMART 2022, in programma a ottobre, e la seconda edizione di MOG - Milano Open Galleries, il nuovo concept introdotto dall'Associazione che prevede eventi diffusi realizzati nelle gallerie associate. L'obiettivo di MOG è quello di rafforzare il contatto con il cliente - facendo tornare a parlare del lavoro dell'antiquario come testimone di cultura ed impegnato nel recupero e nella salvaguardia dei beni artistici - ampliando il target di riferimento.

Il neopresidente Subert ha ricordato in assemblea, con

La denominazione Associazione Antiquari Milanesi, approvata nell'aprile 2007, identifica in modo preciso i professionisti

dell'arte che trattano numerosi generi e rispondono ad ogni esigenza della clientela grazie a tipologie e specializzazioni di vari livelli. Il percorso associativo ha trovato la sua logica evoluzione nelle finalità che caratterizzano l'Organizzazione: "l'Associazione promuove il valore dell'arte e della cultura. Persegue lo sviluppo del settore e considera risorsa fondamentale

l'evoluzione della tutela del patrimonio artistico-culturale".

Dal 2018 l'Associazione Antiquari Milanesi, con il supporto di Promoter, organizza AMART, la mostra degli Antiquari Milanesi, ideata dall'allora presidente Piva con l'obiettivo di migliorare l'immagine del mondo dell'antiquariato e dare impulso alle attività associative.

L'evento con le edizioni successive è diventato punto di riferimento per il

mercato antiquario ed artistico italiano ed internazionale, oltre che per il palinsesto culturale milanese.

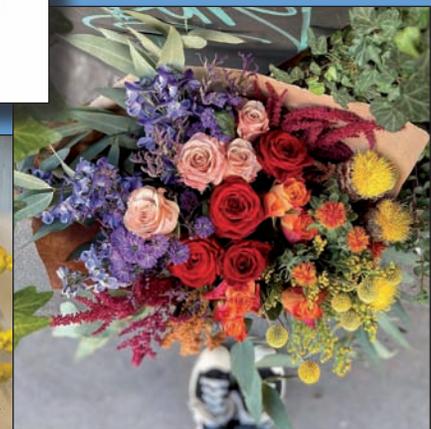
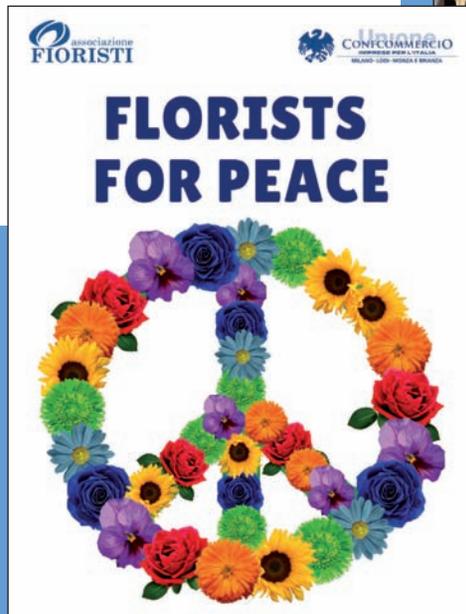


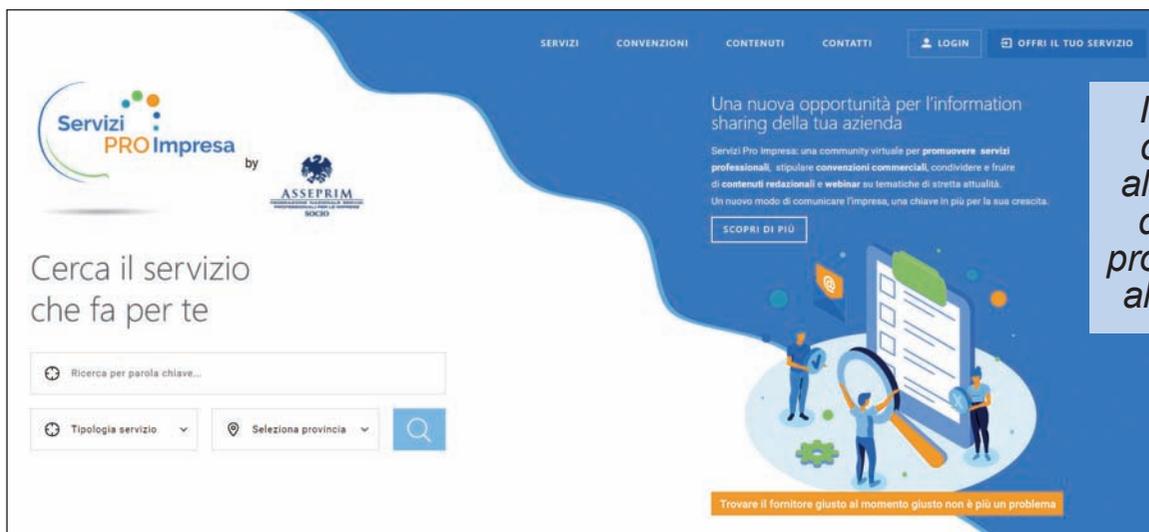
parole di riconoscenza, il compianto Domenico Piva, che aveva ripreso le redini dell'Associazione in un momento particolarmente difficile riuscendo a recuperare l'autorevolezza ed il prestigio associativo con iniziative ed azioni a difesa dello sviluppo del mercato antiquario.

Campagna promossa dall'Associazione

Fioristi milanesi: segno di creatività per la pace

Stop alla guerra e vicinanza alla popolazione ucraina: dall'Associazione fioristi milanesi la campagna "Florists for Peace" che ha coinvolto i dettaglianti del settore nell'allestimento di vetrine con i colori che richiamano la bandiera simbolo della pace. Un "nostro dovere esprimere il totale rifiuto alla guerra con un gesto di sensibilizzazione e solidarietà che, seppur simbolico, consideriamo di grande valore civico". L'Associazione ha anche invitato gli operatori associati a realizzare composizioni a tema da proporre ai clienti. In questa pagina pubblichiamo, assieme alla locandina dell'iniziativa, immagini inviate dai fioristi all'Associazione. (Altra notizia sui fioristi a pagina 31 n.d.r.)





Il portale dedicato alla ricerca di servizi professionali all'impresa

sionali per le imprese, si sono toccati temi di stretta attualità con focus

Asseprim: serviziproimpresa.it motore di ricerca e community per le aziende

Dalla sentita esigenza di tante imprese di rispondere agevolmente alla propria domanda di servizi avendo la garanzia che ad offrirli siano aziende che si contraddistinguono per serietà e competenza, è nato serviziproimpresa.it, un portale dedicato alla ricerca di servizi professionali all'impresa.

Servizi Pro Impresa è una community virtuale per promuovere servizi professionali, stipulare convenzioni commerciali, condividere e fruire di contenuti redazionali e webinar su tematiche di stretta attualità. Un nuovo modo di comunicare l'impresa, una chiave in più per la sua crescita.

Nell'ultimo periodo, attraverso la pubblicazione di redazionali e contenuti webinar da



Umberto Bellini, presidente Asseprim

parte dei soci di Asseprim, la Federazione dei servizi profes-



sulla reportistica di sostenibilità e il prioritario tema della transizione energetica, l'equilibrio di un team di successo e la leadership di domani, sul come avviare un processo di digital transformation all'interno della propria azienda e l'importanza di un piano di digital marketing attraverso le diverse piattaforme social. "Asseprim – spiega il presidente Umberto Bellini - mette a disposizione di tutto il sistema Confindustria un motore di ricerca per trovare fornitori di servizi inerenti a questi macro temi, trend del momento e molto altro ancora".

Asseprim dà l'opportunità ai propri soci di creare una pagina web dedicata alla propria azienda dove promuovere i propri servizi sul web pubblico e rendere così possibile a tutte le imprese l'eventuale fruizione di convenzioni e altri servizi che Asseprim mette a disposizione. Il portale vuole dunque diventare un punto di incontro tra un'offerta organizzata e una domanda sempre più consapevole di servizi professionali all'impresa. (CP)

L'Associazione commercianti animali domestici con il presidente Davide D'Adda ha sollecitato l'approvazione del progetto di legge presentato in Consiglio Regionale

ACAD: un cane per quasi 6 lombardi ma la professione di toelettatore non è ancora riconosciuta e certificata



Davide D'Adda, presidente ACAD

Nonostante in Lombardia siano registrati oltre 1 milione e 880 mila cani (nell'Anagrafe Animali d'Affezione) con il rapporto di un cane per quasi 6

cittadini (dato che evidenzia l'importanza degli amici a quattro zampe nella vita dei lombardi) - oggi ci si può però ancora fregiare del titolo di toelettatore senza aver fatto un percorso di formazione certificata e riconosciuta: la denuncia è di Davide D'Adda, presidente di ACAD, l'Associazione regionale commercianti animali domestici.

"I professionisti che ogni giorno si occupano dei nostri cani non sono ancora riconosciuti. E' giunto il momento - ha affermato D'Adda - di regolamentare il nostro settore e di ottenere il riconoscimento della professionalità della figura del toelettatore tenendo sempre ben presente l'obiettivo principale che è il benessere dei cani". Lo strumento per giungere a questo riconoscimento c'è già: è

il progetto di legge 170 (che ACAD ha promosso e sostenuto) presentato in Consiglio regionale: "Disciplina delle attività di toelettatore di animali da compagnia". ACAD ha chiesto a gran voce di accelerare l'iter per approvare il progetto di legge "mettendo finalmente il punto conclusivo - rileva D'Adda - ad una situazione ormai insostenibile".



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.

Caro carburante? Figisc Confcommercio: ecco dove finiscono 50 euro di spesa dal distributore

Quando si spendono 50 euro dal distributore di carburante, dove vanno a finire questi soldi? In un momento drammatico di caro-energia lo spiega Figisc Confcommercio con una locandina (vedi immagine). I dati sono tratti dalla rilevazione prezzi MiSE (Ministero per lo Sviluppo Economico) del 21 febbraio. Allo Stato va quasi il 58% fra imposte e tasse, per i gestori il ricavo lordo è dell'1,9%.



Iniziativa del presidente dei panificatori Matteo Cunsolo



Matteo Cunsolo, presidente dei panificatori, e il pane per l'Ucraina

Solidarietà all'Ucraina con il "Pane per la Pace"

Il "Pane per la Pace", blu e giallo, a ricordare i colori della bandiera dell'Ucraina, nasce a Parabiago, da un'idea di Matteo Cunsolo, maestro panificatore e presidente dell'Associazione Panificatori. Il pane, giallo e blu, in cassetta, è dedicato al popolo martoriato dalla guerra, e vuole essere messaggero di pace, di fratellanza e di speranza sulle tavole delle famiglie.

L'intero ricavato dalla vendita di questo pane speciale viene devoluto al Lions Club "Giuseppe Maggiolini" di Parabiago che, dal 27 febbraio, ha attivato una raccolta fondi pro Ucraina diretta al Lions Clubs International Foundation. (AL)

“WATCH@”, il Forum di Assorologi Punto d'incontro fra appassionati d'orologeria e Associazione

Lanciato da Assorologi “WATCH@”, il nuovo Forum dedicato agli appassionati di orologeria: una piazza virtuale promossa dall'Associazione per parlare di mercato, lotta alla contraffazione, consigli pratici e tecnici, formazione tecnica, e altri temi di interesse per il vasto mondo degli amanti dell'orologio.

“WATCH@”, è affidato alla competenza e professionalità di “Giorgione”, il nick name usato da anni che cela l'imprenditore, collezionista e grande appassionato di questo mondo, tra i fondatori del Forum “Orologi e Passioni” prima e “Watchhouse” attualmente. “Giorgione” è



Mario Peserico, presidente di Assorologi (e vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza) – foto di Massimo Garriboli

lo è Assorologi, in collaborazione con GfK Italia. Il dato di crescita conferma il rimbalzo dopo la profonda depressione del 2020, seppur non pareggiando i valori del 2019 rispetto ai quali c'è ancora un gap dell'11%. 5,8 milioni (+2,2% rispetto al 2020), gli orologi acquistati dai consumatori italiani, attraverso ogni canale di acquisto. Nelle orologerie, le vendite si attestano su circa 4,6 milioni di pezzi (+13,7%), con compratori sia italiani sia stranieri.

Resta importante il canale Internet che, dopo l'imponente



garanzia di imparzialità e capacità di valutazione e osservazione delle problematiche e dei temi principali legati all'orologeria.

«Da quando uso Internet per parlare di orologi – spiega “Giorgione” - ho sempre cercato di avvicinare le case all'utente finale. Quando Assorologi, che rappresenta il mercato dell'orologeria in Italia, mi ha chiesto se potevo aiutarli nella gestione del loro forum ho accolto la cosa con piacere immenso. Credo sia bello che un'Associazione come questa possa avere un canale diretto con gli appassionati».

«Abbiamo ritenuto importante parlare direttamente con coloro che seguono con attenzione e passione il mondo dell'orologeria – afferma il presidente di Assorologi Mario Peserico – e abbiamo puntato su questa modalità di relazione nuova per un'Associazione imprenditoriale. Siamo molto curiosi di vedere come potrà svilupparsi questa relazione brand/appassionati».

Il Forum è accessibile a quest'indirizzo: <https://assorologi.forumfree.it/>

E' sufficiente registrarsi sulla piattaforma per poter accedere a tutti i contenuti.

Mercato orologi da polso: recupero nel 2021

Un mercato che vale 1,86 miliardi di euro. E' quello degli orologi da polso in Italia nel 2021, in crescita del 23% rispetto al 2020, anno della pandemia. A stimar-

balzo registrato nel 2020, nel 2021 scende leggermente facendone registrare il 38,4% di vendite a quantità, mentre a valore, il canale web nel 2021 vale il 27,2% del mercato (contro il 30,4% del 2020 ed il 21,2% del 2019).

Il canale gioiellerie ed orologerie reagisce alle perdite del 2020 dovute alle chiusure dei negozi, registrando il 44% delle vendite a quantità (era il 41% nel 2020 ed il 47% nel 2019) ed il 56% a valore (era il 51% nel 2020 ed il 52% nel 2019). I driver di acquisto più importanti si confermano il design (30,3%), la marca (29,7%) e il prezzo (23,5%). Sono sempre di più, inoltre, gli italiani in possesso di uno “Smartwatch”: 9 milioni rispetto ai 7,7 milioni del 2020.

«La ricerca sul mercato 2021 attesta l'evidente ripresa dopo l'anno oscuro della crisi pandemica acuta – afferma il presidente di Assorologi Mario Peserico – e anche se non abbiamo ancora recuperato tutto il terreno perduto, ci stiamo avvicinando ai livelli del 2019. Purtroppo, lo scenario politico ed economico globale non aiuta a rafforzare un ottimismo che solo pochi mesi fa era diffuso. Non è il momento di sbilanciarsi in previsioni impossibili da fare: esprimo l'auspicio che le crisi in atto possano rientrare in tempi brevi, consentendoci di riprendere il trend di crescita che stavamo faticosamente seguendo». (FG)

**Incognite
su quest'anno**

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

Grazie all'intesa si avvierà un programma di educazione finanziaria per le imprenditrici e Palazzo Castiglioni (sede della Confcommercio milanese) ospiterà la tappa finale della rassegna "Libere di... VIVERE"

Il Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Global Thinking Foundation hanno siglato un accordo di collaborazione per la partecipazione delle imprenditrici del terziario a iniziative che contribuiscono a promuovere la parità di genere, l'autonomia economica e la valorizzazione del talento femminile. L'intesa è stata firmata in Confcommercio Milano da Claudia Segre, presidente di Global Thinking Foundation, e Lionella Maggi, presidente del Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Tra settembre e ottobre Global Thinking Foundation, nell'am-



Nelle foto – di Mattia Dognini - Lionella Maggi (a sinistra) presidente del Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Claudia Segre, presidente di Global Thinking Foundation

bito del programma "Donne al Quadrato", terrà un ciclo di incontri dedicato alle imprenditrici del terziario associate a Confcommercio sul rafforzamento degli assett aziendali: dal branding al fintech, dall'innovability alla cybersecurity. I corsi, gratuiti, sono tenuti da volontarie certificate (nel 2020 sono state oltre 2.350 le partecipanti in tutta Italia).

A Palazzo Castiglioni - sede della Confcommercio milanese in corso Venezia 47- verrà poi ospitata la tappa finale del roadshow "Libere di... VIVERE", ampia rassegna per la sensibilizzazione sull'uguaglianza di genere che prende avvio in questo mese di aprile a

Parigi. Il convegno si svolgerà il 16 novembre, incominciato dalla mostra graphic novel sulle eroine dei fumetti che troverà spazio tra le sale liberty di Palazzo Castiglioni negli stessi giorni. L'accordo tra la più grande organizzazione femminile d'impresa del territorio, Terziario Donna Milano, e Global Thinking Foundation è l'inizio di un percorso di rafforzamento della parità di genere che parte dal mondo dell'impresa. (FG)

Mimosa "abusiva" l'8 marzo per la Festa della Donna con mancati incassi lordi per i fioristi, a Milano e nella Città Metropolitana, per decine di migliaia di euro. In un solo giorno l'Associazione fioristi (Confcommercio Milano) ha stimato che siano stati venduti in forma abusiva nell'area metropolitana milanese almeno 100 mila mazzetti di mimose. A denunciarlo, all'indomani dell'ennesima Festa della Donna all'insegna dell'abusivismo, il presidente dell'Associazione fioristi milanesi Roberto Rossi: "Anche quest'anno abbiamo assistito all'immane festival dell'abusivismo commerciale. Abbiamo verificato attraverso i nostri operatori la presenza di centinaia di venditori abu-



Roberto Rossi, presidente dell'Associazione milanese fioristi

Fioristi: l'8 marzo a Milano e hinterland c'è stata la solita festa della mimosa "abusiva"

sivi a Milano e in tutti i centri dell'hinterland". "Da tempo ormai – ha proseguito il presidente dei fioristi - abbiamo abbandonato l'idea di allertare le Amministrazioni comunali perché il nostro allarme viene sistematicamente ignorato ed i risultati sono visibili sotto gli occhi di tutti: non solo durante la Festa della Donna dell'8 marzo, ma anche in occasione delle altre ricorrenze, come San Valentino o la Festa della Mamma".



Al netto degli effetti del conflitto in Ucraina, senza i dazi antidumping si otterrebbe una crescita del Pil e una riduzione dell'inflazione



In Confcommercio Milano presentazione con Assofermet dello Studio macro economico sull'impatto delle barriere commerciali UE all'import da Paesi terzi di prodotti siderurgici e di alluminio

non solo acciaio e alluminio, oggetto dell'analisi. Secondo lo Studio macro economico sostenuto da Assofermet, Section

E'stato nei primi giorni dell'invasione russa in Ucraina - quindi già in una situazione internazionale di crescente difficoltà e preoccupazione - che Assofermet (l'Associazione nazionale delle imprese del commercio, della distribuzione e della prelaborazione di prodotti siderurgici, dei commercianti in metalli non ferrosi, dei commercianti in rottami ferrosi e delle imprese di distribuzione delle ferramenta) ha presentato, in Confcommercio Milano, lo Studio macro economico sull'impatto delle barriere commerciali UE all'import da Paesi extra UE di prodotti siderurgici e d'alluminio. Autori della ricerca: Carlo Altomonte e Stefano Riela (Università Bocconi); Alessandro Barattieri (Université du Québec à Montréal, UQAM); Matteo Cacciatore (HEC Montréal, Bank of Canada, and NBER).

Lo Studio, ancor più in uno scenario così drammatico, è la modalità individuata per far sentire la propria voce alle istituzioni, come ha rilevato, in occasione della presentazione, l'avvocato Massimo Campa (che ha collaborato nella fase di decollo del progetto) dopo gli interventi introduttivi di Cinzia Vezzosi, vicepresidente di Assofermet, che ha sottolineato la situazione di forte allarme per la guerra in Ucraina, e del presidente di Assofermet Acciai Paolo Sangoi, che ha rilevato come le barriere commerciali pongano limiti e paletti al mercato, ostacoli commerciali che andrebbero rimossi.

Alla fine del 2020 l'UE aveva in essere 150 misure difensive doganali su tutti i prodotti o manufatti importati da Paesi terzi:

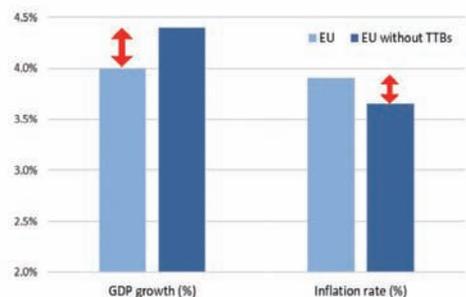
232, salvaguardia UE e le altre misure di restrizione all'import hanno avuto, nel tempo, solo un effetto penalizzante per l'intera economia dell'area UE.

Lo Studio, illustrato in dettaglio da Stefano Riela, docente di Politica Economica Europea all'Università Bocconi, analizzando l'impatto delle misure protezionistiche in materia di acciaio e alluminio a livello macro economico, ha calcolato l'effetto sul Pil. Prodotto interno lordo che aumenterebbe

I risultati: l'impatto su PIL e inflazione

La rimozione dell'intero stock di misure anti-dumping dell'UE su ferro, acciaio e alluminio in vigore nel primo trimestre del 2021:

- Aumenterebbe il PIL reale dello 0,4%. *Ceteris paribus*, l'effetto cumulativo in un anno potrebbe arrivare fino a 54 miliardi di euro nel 2022.
- Ridurrebbe l'inflazione di circa lo 0,25% in un anno che scenderebbe, nel 2022, dal 3,9% al 3,65%.
- Aumenterebbe il potere d'acquisto delle famiglie italiane fino a 470 euro nel 2022.



dello 0,4% se si levassero tutti i dazi antidumping con una stima, in condizioni di normalità, di 54 miliardi di euro quest'anno ed una riduzione dell'inflazione dello 0,25% in un anno. Il potere d'acquisto delle famiglie italiane crescerebbe di 470 euro.

Tutto questo naturalmente al netto degli effetti del drammatico conflitto in corso.

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


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

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

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



Confcommercio Milano con Promo.Ter Unione

ti offre un servizio di amministrazione del personale garantendoti:

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

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

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

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

Contattaci nel modo che preferisci.

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


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

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