

# Unione

*informa*



MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

## UN NATALE DIFFICILE MA CON TANTA VOGLIA DI RIPARTIRE

SANGALLI: RAFFORZARE GLI INDENNIZZI ALLE IMPRESE

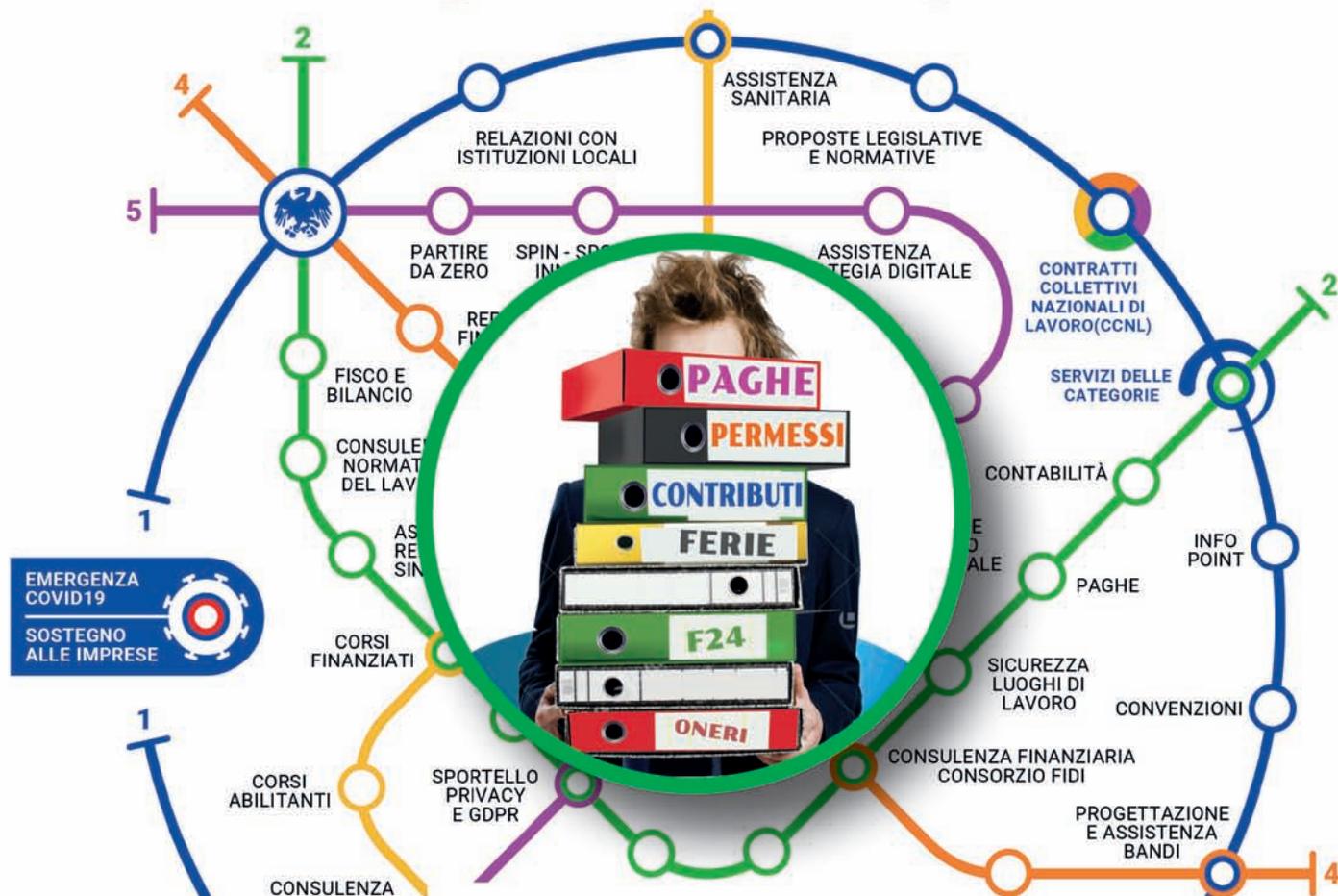
#illuminiamoinsieme

COMPRO e ORDINO  
NEI MIEI **NEGOZI** DI FIDUCIA

E ACCENDO LA MIA **CITTÀ**



# CON CONFCOMMERCIO



# CONTEGGI

## LA GESTIONE DI PAGHE E CONTRIBUTI CON I PRIMI 6 MESI GRATUITI

**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

**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](http://metromappa.confcommerciomilano.it)**

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

**[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

**f** Confcommercio Per Te

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

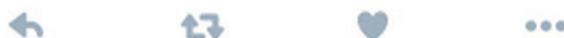


## 350 caratteri di confcommercio



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

Ci aspetta un po' più di libertà, ma non proviamo sollievo. L'effetto Covid su questo Natale determinerà una contrazione dei consumi del 20% nei nostri territori rispetto allo scorso anno. Ma c'è anche tanta voglia di ripartire che va incoraggiata e sostenuta.



**NATALE DIFFICILE, MA CON VOGLIA DI RIPARTIRE: SANGALLI: RAFFORZARE GLI INDENNIZZI ALLE IMPRESE** – *Tredicesime più leggere, incertezza economica e restrizioni derivanti dalle misure anti-Covid frenano i consumi delle famiglie (da pagina 4 a pagina 7 l'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio e la stima di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con il proprio Ufficio Studi n.d.r.). Sarà un Natale difficile – ha commentato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli – la crisi rallenta i consumi e l'emergenza sanitaria impone ancora a molte imprese di restare chiuse. Ma c'è voglia di ripartire. “Bene, come da noi richiesto, che l'ultimo decreto preveda l'esonero degli oneri fiscali per le imprese più penalizzate. Un'attenzione necessaria che chiediamo anche per gli indennizzi che devono essere rafforzati”.*



# CON CONFCOMMERCIO



# CONTABILITÀ

**SCONTO 20%**  
**SU DICHIARAZIONI REDDITI E CONTABILITÀ.**

**Confcommercio Milano** con **Centrimpresa** ti mette a disposizione dei consulenti specializzati per offrirti una serie di servizi contabili e fiscali su misura per il tuo settore di attività. Oltre alla garanzia di Confcommercio Milano e la presenza capillare su tutto il territorio, chi accede per la prima volta a questo servizio potrà usufruire di un grande vantaggio, uno sconto del 20% sulle tariffe previste su:

**Apertura partita Iva** e dichiarazioni di inizio e cessazione e variazione di attività.

**Gestione contabile** con tutti i gli adempimenti normativi (20% su forfettaria e semplificata, e con preventivo personalizzato sulla contabilità ordinaria) predisposizione e invio telematico della dichiarazione modello unico, Irap e pagamenti modelli F24.

**Scegli il percorso giusto, vai su:**  
**[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)**

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

**[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

**f** Confcommercio Per Te

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



In vigore fino al 15 gennaio 2021 il nuovo Dpcm del Governo con i divieti e le restrizioni anti-Covid. E il Consiglio dei ministri ha inoltre approvato il decreto Covid che, tra i suoi effetti, ha anche quello di estendere la durata dei Dpcm fino a 50 giorni.

**SPOSTAMENTI TRA REGIONI** - Sono vietati dal 21 dicembre al 6 gennaio, salvo i casi di lavoro, necessità e salute e per fare ritorno a residenza, domicilio o abitazione. Ci si potrà spostare da una regione all'altra quindi fino al 20 dicembre, tenendo conto delle attuali fasce di colore (la Lombardia, nel momento in cui si scrive, è ancora nella fascia "arancione" e potrebbe andare in zona "gialla", con minori restrizioni, a metà mese) il cui sistema viene mantenuto.

**SPOSTAMENTI TRA COMUNI** - Vietati a Natale, il 26 dicembre e a Capodanno (salvo i casi di lavoro, necessità e salute o il rientro a residenza, domicilio o abitazione).

**SECONDA CASA** - Si può raggiungere se si trova nella stessa Regione, tranne che il 25 e 26 dicembre e il primo gennaio, quando saranno vietati anche gli spostamenti al di fuori del proprio comune.

**SHOPPING** - Fino all'Epifania i negozi resteranno aperti tutti i giorni fino alle ore 21 per diluire la presenza di acquirenti

in più ore della giornata. I centri commerciali resteranno invece chiusi nei fine settimana.

**RISTORANTI** - Al pranzo di Natale, Santo Stefano, Capodanno ed Epifania al tavolo non potranno sedere più di quattro persone. Ricordiamo che, in Lombardia, per i pubblici esercizi, resta il divieto di apertura finché si permane in fascia arancione (apertura fino alle 18 passando in "zona gialla"). Consentito l'asporto fino alle ore 22 con divieto di consumazione sul posto o nelle adiacenze. Per la consegna a domicilio non ci sono restrizioni.

**COPRIFUOCO** - Resta in vigore per tutte le festività il divieto di uscire senza giustificato motivo dalle 22 alle 5 del mattino seguente.

**CAPODANNO** - Il primo gennaio

invece il coprifuoco durerà fino alle 7 del mattino e non fino alle 5.

**ALBERGHI** - Gli hotel potranno restare aperti, ma i ristoranti all'interno delle strutture saranno chiusi la sera di Capodanno. Sarà possibile trascorrere il veglione solo in camera, ordinando la cena.

**SCI** - Gli impianti sciistici resteranno chiusi fino al 6 gennaio, si potrà tornare a sciare a partire dal 7.

**CROCIERE** - Sono sospese dal 21 dicembre al 6 gennaio.

**VIAGGI** - Dopo un viaggio all'estero resta la quarantena di 14 giorni al ritorno, dai Paesi per i quali è prevista.

**CINEMA, TEATRI, SALE CONCERTO, PALESTRE, PISCINE** - Resteranno chiusi.

## Emergenza Covid: le misure del Dpcm in vigore fino al 15 gennaio



## Confcommercio Milano: operazione fiducia con appello alla responsabilità di tutti Acquisti in sicurezza nei negozi della città

**D**a Confcommercio Milano - alla vigilia del ponte di Sant'Ambrogio e dell'Immacolata, uno fra i momenti più importanti dell'anno per le attività commerciali - è partita una "Operazione Fiducia" con un appello alla responsabilità nello shopping evitando situazioni di assembramento. L'obiettivo: incoraggiare comportamenti improntati alla sicurezza, agli acquisti nei negozi della città aiutando i quartieri a ritrovare ottimismo. Le imprese faranno la loro parte per rispettare le regole - sottolinea Confcommercio Milano - e sono ben consapevoli di come non vi possa essere nulla di più dannoso di

dover essere costrette a chiudere la propria attività per nuovi lockdown. Un'eventualità assolutamente da scongiurare per i tanti esercizi commerciali fortemente danneggiati dall'emergenza sanitaria e che, con grande sacrificio, stanno affrontando queste nuove restrizioni. Imprese che hanno investito risorse per adottare tutti i criteri di sicurezza e che in questo periodo cruciale dello shopping natalizio devono poter operare con serenità. I comportamenti responsabili di tutti - conclude Confcommercio Milano - sono decisivi per combattere la pandemia e sono il primo aiuto per il commercio.

## L'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio

### Risparmi delle famiglie



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

### Pil e consumi 1995-2020

euro pro capite a prezzi 2020

	PIL	consumi residenti	consumi territorio
1995	27.592	15.739	16.254
2007	32.133	18.518	18.820
2010	30.226	17.964	18.196
2014	28.266	16.616	16.771
2019	29.936	17.638	18.011
2020	27.291	16.045	16.130

variazioni assolute			
2010-2014	-1.959	-1.348	-1.425
2019-2020	-2.645	-1.594	-1.881

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

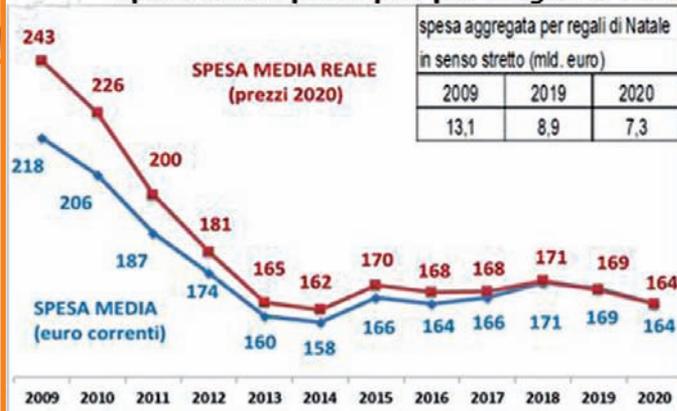
## Covid e consumi di Natale Tredicesime più leggere

Tab. 1 - Tredicesime e consumi a dicembre 2020

miliardi di euro prezzi correnti	2008	2012	2019	2020	var. % 2020 su 2019
13a netta dipendenti e pensionati	36,7	38,8	43,3	41,2	-4,8
quota % della 13a risparmiata dopo il pagamento di canoni e tasse	11,3	6,7	8,4	13,0	54,8
13ma destinata a consumi + consumi aggiuntivi dei lavoratori autonomi	28,3	28,8	33,7	29,7	-12,0
consumi da 13ma e da lavoratori autonomi per famiglia a prezzi costanti (euro del 2020)	1.430	1.328	1.501	1.334	-11,1

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

### Spesa media pro capite per i regali di Natale



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

**Il presidente Sangalli:  
c'è voglia di ripartire**



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

**T**redicesime più leggere, incertezza economica e restrizioni derivanti dalla pandemia frenano i consumi delle famiglie a dicembre con un calo, a livello nazionale, del 12% rispetto all'anno scorso; in forte riduzione

reagire alla crisi c'è: chi può, spenderà per i regali una cifra

anche la quota di coloro che faranno regali: da quasi l'87% del 2019 a poco più del 74%. Ma la voglia di ripartire solo un po' più bassa di quella dello scorso anno (164 euro a testa conto i quasi 170 del 2019). Il mese di dicembre, che per i consumi commercializzabili vede ridursi il suo valore economico da 81 a 73 miliardi, resta comunque il mese più importante dell'anno. E potrebbe valere ancora di più se ci fossero condizioni più favorevoli di conte-

### Sangalli: voglia di riprendere che va incoraggiata Rafforzare gli indennizzi alle imprese

“Sarà un Natale difficile anche dal punto di vista economico – ha commentato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - La crisi rallenta i consumi e l'emergenza Covid obbliga ancora molte imprese a restare chiuse come quelle della ristorazione. Ma c'è tanta voglia di ripartire che va incoraggiata. Bene, come da noi richiesto, che l'ultimo decreto (*ristori quater n.d.r.*) preveda l'esonero degli oneri fiscali per le imprese più penalizzate. Un'attenzione necessaria che chiediamo anche per gli indennizzi che devono essere ancora rafforzati”.

▶ ▶ ▶ segue a pag. 7 ▶ ▶ ▶

Zona arancione Via i divieti, folla e code davanti ai negozi. «Ma meno acquisti rispetto al 2019». Prorogati i super sconti del Black Friday

# I milanesi riconquistano il centro

A dicembre previsto un calo dei consumi del 20%. «Effetto della crisi». Da domani le luminarie sponsorizzate

di **Stefano Landi**

Milano riaccende le sue vetrine in una coda stracchiata del Black Friday più nero che la storia del commercio ricordi. Tanta gente in giro, alleggerita dal

peso dell'autocertificazione, ma acquisti moderati. Scontrino medio 80 euro e secondo le prime stime, -15 per cento, rispetto alla stessa domenica di un anno fa. «Una giornata con fortune alterne, con tante persone in cassa integrazione

certamente le famiglie hanno pochi soldi da spendere». Secondo Confcommercio, l'effetto Covid causerà un calo nei consumi a dicembre del 20%. Da domani si accendono le luminarie natalizie.

alle pagine 2 e 3

## Lo stop ai divieti riempie il centro «Ma spese di Natale al risparmio»

**12**

**Le migliaia**

di negozi che hanno aperto ieri nella Città metropolitana di Milano. Buon afflusso nel centro storico, in zona corso Vercelli e viale Monte Nero, «struscio» ma pochi acquisti in corso Garibaldi, media scesrino da 80-90 euro lungo corso Buenos Aires

**20**

**Il calo percentuale**

dei consumi stimato da Confcommercio: 2 miliardi e 716 milioni di euro di spesa contro i 3 miliardi e 408 milioni dello scorso anno. Si «salvano» i settori alimentare e hi-tech. Crollo dell'indotto turistico: da 124,2 a meno di 25 milioni di euro

Folla nelle strade, code di sicurezza davanti ai negozi  
I commercianti: ieri incassi in calo rispetto al 2019  
Da domani le luminarie sponsorizzate nei quartieri

La stima dell'Ufficio Studi



Con le risorse della tredicesima "tengono" l'alimentare e la tecnologia. + 58% la spesa con l'e-commerce rispetto al 2019. Più che mai urgenti ristori adeguati alle perdite. Cancellare gli oneri fiscali per le imprese più penalizzate

# Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza Effetto Covid sul Natale: - 20% nei consumi Sos ristorazione e caduta libera per il turismo

SI SALVANO ALIMENTARE E TECNOLOGIA - Un segno moderatamente positivo (+ 1,8% con 318 milioni di euro di consumi) previsto solo per l'alimentare, e andamento stabile per i prodotti tecnologici (tablet, smartphone ecc.) mentre per diverse altre tipologie di spesa le diminuzioni saranno significati-

▶▶▶ segue a pag. 6 ▶▶▶

Milano, Grande Milano, Monza Brianza e Lodi: il Covid deprime il Natale anche dal punto di vista economico con un calo del 20,3% dei consumi rispetto al 2019. Saranno molti meno i soldi della tredicesima spesi per gli acquisti: 2 miliardi e 716 milioni di euro contro i 3 miliardi e 408 milioni dello scorso anno (-692 milioni). La stima è dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Le conseguenze dell'emergenza sanitaria con le crescenti difficoltà nell'occupazione (massiccio ricorso alla cassa integrazione, mancato rinnovo dei contratti a tempo determinato, sensibile riduzione del reddito dei lavoratori autonomi e, in generale delle famiglie) e il notevole aumento della propensione al risparmio (dall'8,3% del 2019 al 16,6% di quest'anno) incidono sulla flessione dei consumi.

NOI SPERIAMO CHE CE LA CAVIAMO

## Negozi aperti, folla in centro

Prima giornata di shopping: code alle vetrine, ma niente assembramenti  
L'allarme di Confcommercio: «Consumi in calo del 20%»

■ Nel primo giorno «arancione» di Milano molte persone hanno approfittato della riapertura dei negozi, soprattutto in centro. Folla tra Duomo, via Torino e corso Vittorio Emanuele, per approfittare dei saldi del Black Friday ancora validi, e un po' meno gente nel Quadrilatero a causa dell'assenza di turisti stranieri. Tutti rispettano il distanziamento, si passeggia ma non si staziona troppo e non si creano resse. Sul prossimo Natale Confcommercio lancia l'allarme: per gli esercizi ci sarà un calo degli incassi del 20 per cento.

Cristina Bassi a pagina 3

## Folla in centro per lo shopping Ma prudenza e regole rispettate

Primo giorno di apertura e tornano le code dei clienti  
Non nel Quadrilatero dove mancano gli stranieri

QUALCOSA È CAMBIATO

La gente in centro c'è, ma passeggia e non staziona: niente ressa  
Spiccano i poster dei medici eroi

shopping, soprattutto in vista del Natale, e insieme la necessità dei commercianti di recuperare un po' di incassi.

Nella zona Duomo-Vittorio Emanuele-Torino-Dante, e solo qui, si può parlare di folla. Ci sono il chiasso e il via-vai del fine settimana, anche se non sembra di

▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶

ve in raffronto al 2019: - 12,5% per cine-foto-ottica; - 15% per giocattoli, articoli sportivi, cosmesi ed erboristeria; - 22% per abbigliamento e calzature.

**PRANZI E CENE FUORI CASA: POCHE RECUPERI ANCHE NELL'IPOTESI DI "ZONA GIALLA"** - Con le restrizioni anti-Covid precipita la spesa per cene e pranzi fuori casa: - 62,6%. Sos per i ristoranti. La riapertura a orario ridotto con una possibile "zona gialla" limiterebbe solo parzialmente questa caduta: il calo sarebbe comunque stimabile, rispetto allo scorso anno, fra il 30 e il 50%.

**CROLLO DEL TURISMO** - Pressoché azzerate le spese per spettacoli, concerti, manifestazioni sportive e crollo anche nella spesa per le vacanze: - 80%. La contrazione dei flussi turistici è drastica: valevano 124,2 milioni di euro nel 2019 e, nella migliore delle ipotesi, non arriveranno quest'anno a 25 milioni.

# Milano riparte dallo shopping

Primo giorno post lockdown: negozi aperti e folla in centro. La Confcommercio: nelle feste consumi giù del 20,3%

Greta Posca

Senza autocerificazione in tasca. Senza dover avere necessità di lavoro o salute. Dopo quasi un mese di zona rossa, nella prima domenica di libertà i milanesi sono tornati padroni delle loro strade. Un segnale di vita pulsante, nel via vai davanti alle vetrine che dopo 3 settimane di lockdown hanno tirato su la saracinesca per salvare il salvabile in vista del Natale.

I portici sfavillanti di corso Vittorio Emanuele, i marciapiedi di via Torino, corso Buenos Aires: nel primo giorno in arancione è tornato lo "struscio", famiglie, coppie, gruppi di amici, tutti in mascherina, nasi incollati alle vetrine. E nel paesaggio urbano sono subito ricomparse le borse dello shopping, con i primi acquisti nelle ultime tre settimane: abbigliamento e calzature soprattutto. «Oggi non è andata male» dice Elena, commessa in un negozio di un noto marchio in corso

Vittorio Emanuele - i clienti cercano soprattutto gli sconti del Black Friday. Certo questa domenica è molto lontana da una domenica normale degli anni scorsi prima di Natale. C'è un cauto ottimismo anche tra i commercianti di corso Buenos Aires. Crazia, che gestisce un piccolo negozio di abbigliamento: «Oggi le vendite sono andate bene. C'è molta voglia di ricominciare tra noi commercianti e ci aspettiamo adesso di andare avanti e di rimanere aperti, i danni sono già stati troppi. I ristoratori del governo li sto ancora aspettando». Gli affari della prima mattina di apertura vanno bene anche per Gemaro, che lavora in un negozio di abbigliamento maschile: «Speriamo che continui così, la gente ha voglia di uscire e a quanto sembra anche si spenderà». Il presidente di Ascoltaires Gabriele Meghinari è soddisfatto: «Chi è in giro acquista». Poca gente invece in Galleria, complice la chiusura

dei ristoranti e di alcuni negozi del brand dell'alta moda e i lavori per l'installazione del tradizionale albero di Natale al centro dell'Ottagono.

La soddisfazione della prima apertura è però destinata a smorzarsi nei prossimi giorni. Secondo le stime dell'ufficio studi della Confcommercio di Milano, infatti, in città i consumi in vista del Natale saranno inferiori del 20,3% rispetto al 2019: 2 miliardi e 716 milioni di euro contro i 3 miliardi e 408 milioni dello scorso anno, 692 milioni in meno. E la propensione al risparmio delle famiglie milanesi sale dall'8,3% del 2019 al 16,6% di quest'anno. Un segno moderatamente positivo (+1,9% con 318 milioni di euro di consumi) è previsto solo per l'alimentare, e andamento stabile per i prodotti tecnologici. Precipita invece la spesa per cene e pranzi fuori casa (-62,6%) e quella per le vacanze (-80%).

(produzione riservata)



## L'ALLARME DEGLI IMPRENDITORI

### Feste, calo dei consumi del 20 per cento

Confcommercio: «Ristorazione, turismo, divertimento i settori più colpiti»

Milano, Grande Milano, Monza Brianza e Lodi: in questi territori il Covid «deprime» il Natale anche dal punto di vista economico con un calo del 20,3 per cento dei consumi rispetto al 2019. Secondo la stima dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza saranno molti meno i soldi della tredicesima spesi per gli acquisti: 2 miliardi e 716 milioni di euro contro i 3 miliardi e 408 milioni dello scorso anno. Le conseguenze dell'emergenza sanitaria con le crescenti difficoltà nell'occupazione

perpetua a orario ridotto con una possibile «zona gialla» limiterebbe solo parzialmente questa caduta: il calo sarebbe comunque stimabile, rispetto allo scorso anno, fra il 30 e il 50 per cento.

Pressoché azzerate le spese per spettacoli, concerti, manifestazioni sportive e crollo anche nella spesa per le vacanze pari a - 80 per cento. La contrazione dei flussi turistici è drastica: se nel 2019 valevano 124,2 milioni di euro, nella migliore delle ipotesi non arriveranno quest'anno a 25 milioni. Con le

16,6

La percentuale della propensione al risparmio delle famiglie è raddoppiata rispetto al 2019. Scende a 2 miliardi e 716 milioni di euro dai 3 miliardi e 408 milioni del 2019 la spesa della tredicesima in acquisti



Barbieri

### PIU' CHE RADDOPPIATI I SOLDI SPESI CON L'E-COMMERCE

Con le risorse della tredicesima sarà invece l'e-commerce a beneficiare di un forte incremento più che raddoppiando - + 58% - rispetto al 2019. E la quota di mercato del commercio online salirà al 38% (dal 21,3% dello scorso anno).

## Natale e negozi riaperti le previsioni sono negative

Uno studio rivela: in questa seconda ondata, il 93% di contagi in ambito familiare. Vaccini antinfluenzali, il Pd attacca la Regione: siamo alla 12esima gara d'urgenza

**Lenta discesa dei valori** 11,2%  
È il rapporto percentuale di ieri tra positivi (1.929) e tamponi eseguiti (16.987)

208  
I decessi di ieri. Per l'epidemia in Lombardia sono morte 21.855 persone

-1  
Da giorni il saldo accessi/dimissioni in terapia intensiva è negativo



ANDREA D'AGOSTINO

mentre crescono negli altri reparti (+33.74331). I decessi sono stati 208, per un totale di 21.855

rus nella comunità, ma non a livello familiare, e potrebbero essere utili per futuri interventi, tra

Tra capacità di spesa ridotta, cenoni a rischio e turismo in picchiata, Confcommercio stima un calo dei consumi di oltre il 20% rispetto all'anno scorso. L'andamento dei contagi indica un rallentamento: ieri 1.929 casi e la Lombardia non è più al primo posto tra le regioni più colpite

«Sarà senza dubbio un Natale molto difficile - ha commentato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - L'emergenza sanitaria peggiora una situazione economica gravissima, in particolare per le imprese ancora in lockdown come i pubblici esercizi. A livello generale si registra una contrazione dei consumi di oltre il 20 per cento mentre raddoppia il fatturato del commercio on line. Per evitare che l'emergenza sanitaria diventi economica e sociale sono più che mai urgenti indennizzi adeguati alle perdite e cancellazione degli oneri fiscali per le imprese più penalizzate».

# Effetto Covid sul Natale

**Previsto -20% dei consumi. Calano i ricoveri e contagi, 135 le vittime**

**CITTÀ** La Lombardia ieri è diventata arancione e le strade dello shopping si sono subito affollate, mentre il Comune ha annunciato che da domani si accenderanno le luci di Natale in diverse strade commerciali, grazie al contributo di sponsor e associazioni: un grande tappeto di luce di led bianchi e blu illuminerà Milano per oltre 4 chilometri, da Gratosoglio fino a Porta Nuova.

Ma la strada è in salita. Secondo l'Ufficio studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza il calo dei consumi rispetto al 2019 sarà del 20,3% a causa dell'emergenza sanitaria. L'unica nota positiva è un +1,8 per cento solo per l'alimentare, visto che non possiamo fare altro mangeremo di più e avremo bisogno di rinnovare il nostro equipaggiamento tecnologico (tablet, smartphone, etc), settore previsto stabile. Crollo annunciato del 62,6% per la ristorazione. Molto peggio per spettacoli, turismo e viaggi, con un tonfo del -80% -22% per abbigliamento.



Vie dello shopping affollate. /FOTOGRAMMA

Milano, Grande Milano, Monza Brianza e Lodi: è stato di 151,7 milioni di euro l'ammontare delle vendite nell'online per il Black Friday 2020 con un incremento – nel canale degli specialisti e-commerce – del 24% rispetto al 2019 (+77 milioni di euro). Lo ha stimato l'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (elaborazione su dati dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm – Politecnico di Milano, Google Analytics e interviste telefoniche mirate di confronto ad oltre 80 operatori del dettaglio sul territorio).

L'incremento atteso delle vendite esclusivamente online per le promozioni del Black Friday si è innestato su un andamento dei consumi a novembre del tutto negativo: -17,2% con cali di fatturato per la grande e piccola distribuzione. Ma mentre la grande distribuzione, più attrezzata nelle vendite web, nonostante le chiusure forzate per l'emergenza Covid è riuscita a contenere le perdite di fatturato rispetto allo scorso anno (-15%), il commercio al dettaglio ha pagato un dazio molto più pesante con una riduzione dei ricavi del 31% in raffronto al 2019 considerando però tutti i settori (quindi anche i negozi aperti come nell'alimentare). Calo che si è trasformato in un vero e proprio tracollo per le attività chiuse come, ad esempio, l'abbigliamento e l'oreficeria.

Dalla ricognizione compiuta dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza presso le attività al dettaglio, è emerso come la quota di ricavi con la vendita a distanza non superasse quasi mai, mediamente, la soglia del 20%.

**E per il Black Friday ha sfondato l'e-commerce con 151,7 milioni di euro**

sto e di fiducia: molti italiani potrebbero spendere le risorse involontariamente accumulate durante il lockdown per mancanza oggettiva di opportunità di consumo. I risparmi detenuti in forma liquida sono cresciuti di 80 miliardi di euro nei primi sei mesi del 2020 rispetto alla prima parte del 2019. Questi, in sintesi, i principali risultati dell'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio sulle spese di dicembre e del Natale.

**Valore economico di questo mese di dicembre.** Nel 2019 il mese di dicembre valeva 110-115 miliardi di euro di spese per consumi (inclusi affitti, utenze, servizi, ecc.), pari a circa 81 miliardi per le sole spese commercializzabili, cioè alimentari, abbigliamento, mobili, elettrodomestici bianchi e bruni, computer, cellulari e comunicazioni, libri, ricreazione, spettacoli e cultura, giocattoli e cura del sé, alberghi, bar e ristoranti. Nel 2020 questa spesa (fortemente correlata al benessere economico delle famiglie) scende a circa 73 miliardi di euro correnti.

**Tredicesime e consumi di dicembre.** L'ammontare complessivo delle tredicesime quest'anno è inferiore a quello dell'anno scorso (41,2 miliardi contro 43,3 del 2019) prevalentemente a causa del calo dell'occupazione e della Cig, pertanto anche la quota di tredicesima destinata ai consumi risulta in calo di circa il 12% con una riduzione di spesa per famiglia dell'11,1%, scesa a 1.334 euro da 1.501 euro del 2019.

▶ ▶ ▶ segue da pag. 4 ▶ ▶ ▶

**Sentiment delle famiglie e propensione agli acquisti.** Il 74,2% dei consumatori effettua regali per Natale, l'anno

scorso erano l'86,9%. Ma è evidente – rileva l'Ufficio studi Confcommercio - l'eccezionalità della situazione dovuta alla pandemia. Così come, del resto, si registra la più alta percentuale di persone che prevede un Natale molto dimesso (84,5% contro il 68,7% del 2019).

Quest'anno per i regali si spenderanno complessivamente 7,3 miliardi: in calo del 18% rispetto allo scorso anno (8,9 miliardi). In termini pro capite, si spenderanno 164 euro, cifra leggermente inferiore a quella del Natale 2019 (circa 170 euro).

**Il risparmio delle famiglie.** Dal 2019, a fronte del crollo del Pil e dei consumi, si osserva una tenuta del reddito (sostenuto prendendo risorse dal futuro) e una crescita del risparmio precauzionale e forzoso, soprattutto negli ultimi 6 mesi. Cosa che rappresenterebbe un buon presupposto "teorico" per incrementi di spesa in questo mese di dicembre. Ma a condizione che migliori la fiducia e si trovino opportunità oggettive di spesa.

**Balzo all'indietro.** Nel 2020, Pil e consumi pro capite tornano sui livelli di metà anni '90 e in un solo anno, dal 2019 ad oggi, si è perso più che nei quattro anni della crisi dei debiti sovrani.

# CON CONFCOMMERCIO



# CONSULENZA

## SICUREZZA LAVORO E IGIENE DEGLI ALIMENTI CHECK UP GRATUITO E SCONTO DEL 20%

Il modo migliore per rispettare al 100% le norme sulla Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro e sull'igiene degli Alimenti e HACCP, è quello di avere sempre a portata di mano una consulenza mirata, disponibile e competente. È quello che ti offre Confcommercio Milano attraverso il proprio ente Promo.ter Unione - Club della Sicurezza.

Avrai un **check up gratuito** che verrà fatto presso la tua attività per analizzare tutte le eventuali problematiche e uno **sconto del 20%** in caso di acquisto dei servizi proposti.

**NOVITÀ: Stesura Protocollo Sicurezza Gestione Covid-19** quale allegato del Documento di Valutazione Dei Rischi senza costi aggiuntivi.

Scegli il percorso giusto, vai su:  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

f Confcommercio Per Te

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

## REATI ALLE IMPRESE



Presentati nell'iniziativa "La criminalità ai tempi del Covid" i dati (elaborati dall'Ufficio Studi) del sondaggio d'aggiornamento realizzato da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

## Con la pandemia imprese più esposte al rischio criminalità

**S**ono raddoppiate le proposte "irrituali" - di aiuto economico, acquisto dell'azienda a un valore inferiore a quello di mercato, cessione delle quote aziendali - fatte alle attività commerciali, turistiche e di servizi: dal 9% (in particolare nella ristorazione) nella prima rilevazione al 19% di oggi. Il dato emerge dal sondaggio selettivo (411 le imprese che hanno risposto) realizzato da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con i risultati,



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

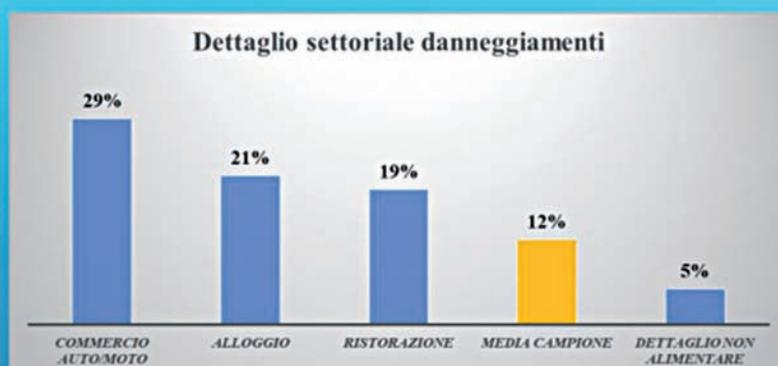
### LA CRIMINALITÀ AI TEMPI DEL COVID: QUALI PERICOLI PER LE IMPRESE

PRESENTAZIONE INDAGINE CONFCOMMERCIO MILANO LODI MONZA E BRIANZA

Trasmissione in diretta



## DETTAGLIO SETTORIALE DANNEGGIAMENTI



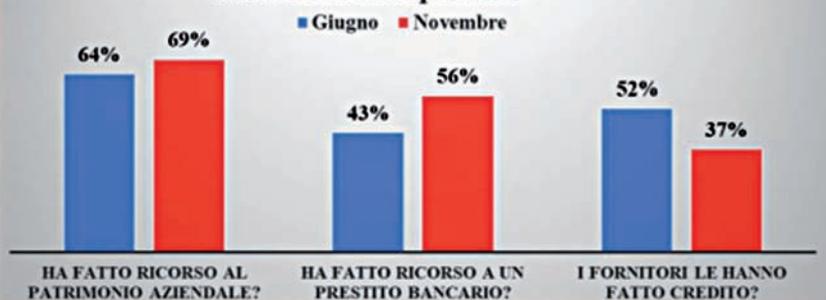
Rispetto a giugno crescono dal 9 al 19% le segnalazioni di chi ha ricevuto richieste anomale d'aiuto economico, di acquisto dell'attività a un valore inferiore a quello di mercato, di cessione di quote aziendali. Il fenomeno riguarda soprattutto ristoranti (20%) e ricettività (21%). Triplicati i danneggiamenti

▶ ▶ ▶ segue a pag. 10 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 9 ▶▶▶

## SITUAZIONE CREDITIZIA

Nel corso dell'anno come ha affrontato la mancanza di liquidità?



**Alessandra Dolci, Procuratore e Coordinatore della DDA di Milano**

elaborati dall'Ufficio Studi, raccolti dall'analisi delle risposte di attività associate dei pubblici esercizi (ristorazione), del turismo, del dettaglio non alimentare e del settore immobiliare. Hanno in particolare risposto all'indagine le attività di ristorazione (38%), i dettaglianti non alimentari (30%) e le agenzie immobiliari (13%). La precedente rilevazione era stata effettuata ai primi di giugno. I risultati dell'indagine sono stati presentati nell'evento di Confcommercio Milano,



**Renato Saccone, Prefetto di Milano**

un incremento del 5%, ha fatto ricorso al patrimonio aziendale. Molte più imprese si sono rivolte alle banche: dal 43% di giugno al 56% di novembre. E sono diminuiti i fornitori disposti a far credito: dal 52% di imprese che avevano dichiarato, a giugno, di aver ricevuto questa disponibilità, si è scesi al 37%.

Lodi, Monza e Brianza "La criminalità ai tempi del Covid: quali pericoli per le imprese" (vedi *Unioneinforma di novembre a pagina 5 n.d.r.*). Al dibattito – in collegamento con Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con competenza sui temi della legalità – hanno partecipato il Prefetto di Milano Renato Saccone e il Procuratore e Coordinatore della DDA di Milano, Alessandra Dolci. Oltre al significativo aumento percentuale delle segnalazioni di richieste anomale, rilevato soprattutto nella ristorazione (20%) e nella ricettività (21%) con proposte d'acquisto a un valore inferiore a quello di mercato, l'indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza mette in rilievo come, da giugno a novembre, siano anche cresciuti i reati ai danni delle attività commerciali, turistiche e di servizi.

Si sono soprattutto triplicati i danneggiamenti, segnalati dal 12% dei rispondenti rispetto al precedente 4%. In aumento anche furti ed effrazioni. Vittime di danneggiamenti in particolare l'automotive (29%), la ricettività (21%) e la ristorazione (19%). I furti hanno colpito di più l'oreficeria (14%), la ristorazione (11%) e il dettaglio non alimentare (10%).

Come nella precedente rilevazione, l'indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha posto forte attenzione su come le attività, in questi mesi difficilissimi di emergenza sanitaria con restrizioni e lockdown, stiano affrontando la carenza di liquidità. Il 69% degli imprenditori, con





*Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: campanello d'allarme da non sottovalutare. Gli effetti prolungati dell'emergenza impattano pesantemente sulla tenuta economica e la liquidità delle aziende. Servono ristori congrui alle perdite di fatturato*

*alcune foto di Anna Luccisano*

**Mario Peserico, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con competenza sui temi della legalità**

“**L**a significativa crescita, rispetto solo a pochi mesi fa, delle richieste ricevute, in particolare (dal 6 all'11%) per proposte d'acquisto dell'attività ad un valore inferiore a quello di mercato – ha sottolineato il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Mario Peserico – costituisce un campanello d'allarme certamente da non sottovalutare. Gli effetti prolungati dell'emergenza Covid impattano pesantemente sulla tenuta economica e la liquidità delle imprese. In questa situazione di grave difficoltà per molte aziende, è ancor più importante intensificare il monitoraggio di questi fenomeni, rafforzare la collaborazione con le istituzioni, soprattutto far arrivare i ristori rapidamente e in modo con-

gruo in rapporto alle perdite di fatturato”.

Assieme ai risultati della nuova indagine di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, sono stati anche illustrati, con un focus incentrato su usura ed estorsione alle imprese, i dati raccolti “open source” (giornali, web...) da Misap, organismo che si occupa di progettazione, formazione e ricerca applicata alla prevenzione della criminalità, attraverso la piattaforma Mine Crime, prima community in Italia di sicurezza urbana. Dai casi di estorsione e usura rilevati e presi in esame con la piattaforma Mine Crime - trend in crescita nel



triennio 2018-2020 – emerge una correlazione fra l'aumentare dei reati e la crescita di casi di immobili e aziende confiscati sul territorio. Più alto, inoltre, è, nel singolo comune, il reddito pro-capite, maggiore è la probabilità che nello stesso comune si verifichi un caso di usura ed estorsione.



Confcommercio Milano  
Lodi, Monza e Brianza  
e Confcommercio Lombardia

# COMPRA e ORDINA NEI TUOI NEGOZI DI FIDUCIA E ACCENDI LA TUA CITTÀ

CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
LOMBARDIA

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

## Il video: comprare nei negozi di fiducia

Un video, sui canali social, che invita i consumatori, per il Natale, a comprare e ordinare nei negozi di fiducia della propria città. Un invito per contribuire a far ripartire il commercio alle prese con la crisi dovuta all'emergenza Covid. Il video è promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Confcommercio Lombardia. I negozi delle nostre città sono parte della nostra vita. Oggi più che mai, per i nostri acquisti – è il messaggio sui social che accompagna il video – compriamo e ordiniamo nei nostri negozi del cuore, aiutiamo i nostri territori a ripartire e le nostre città a riaccendere le luci.



Milano ed Area metropolitana Monza Brianza e Lodi

Su [confcommerciomilano.it](https://www.confcommerciomilano.it)  
le attività associate  
che effettuano  
la **consegna a domicilio**

Covid: alla luce delle restrizioni introdotte alla mobilità delle persone per il perdurare dell'emergenza sanitaria, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - con le Associazioni di categoria aderenti per la città di Milano e tramite le proprie Associazioni territoriali per i Comuni della Città Metropolitana di Milano, della Provincia di Monza e Brianza e della Provincia di Lodi – pone una rinnovata attenzione al tema della consegna a domicilio promuovendo la mappatura - costantemente aggiornata, disponibile su [www.confcommerciomilano.it](https://www.confcommerciomilano.it) - delle imprese associate che offrono il servizio nel pieno rispetto delle indicazioni igienico-

sanitarie per quanto riguarda confezionamento e trasporto. La consegna a domicilio è sempre stato un valore aggiunto del servizio che il commercio di prossimità svolge. Servizio che, in frangenti come quello attuale che ancora stiamo attraversando, acquisisce un valore sociale e morale in grado di coniugare più esigenze: quella, utile per contrastare il contagio da Covid, di limitare gli spostamenti e gli affollamenti dei luoghi; quella di favorire la modalità di approvvigionamento da parte dei cittadini; quella di permettere, anche alle attività commerciali non aperte al pubblico o soggette a limitazioni, di continuare a vendere i propri prodotti.



# 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

# FORMA DI ASSISTENZA SMARTPlus



## 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 **SMARTPlus** 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](http://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 **SMARTPlus** 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](http://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

# Milano, il Covid non ha spento le luci di Natale

**L'**emergenza Covid non ha spento a Milano le luci di Natale e molto importante è stato, anche quest'anno, l'apporto ricevuto dalle sponsorizzazioni. "Mai come in questo momento – sottolinea Gabriel Meghnagi, presidente della

rete associativa vie di Confcommercio Milano – credo siano necessarie per la città, per le attività commerciali, le luci di Natale. La situazione di oggettiva difficoltà non ci ha impedito di trovare attenzione e ascolto da significativi sponsor".

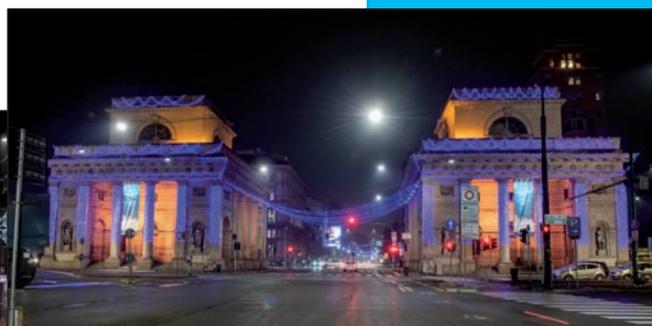


**Gabriel Meghnagi,**  
presidente rete  
associativa vie  
Confcommercio Milano

*L'importante apporto di sponsor come Unipol, Nexi e Nivea*

**#Illuminiamoinsieme Urban Up-Unipol** - Grazie all'intervento #Illuminiamoinsieme di Urban Up | Unipol, un grande tappeto di luce (fino al 6 gennaio) costituito da più di 180mila led bianchi e blu percorre e illumina la città per oltre 4 km: dall'albero di luce alto 25 metri a Gratosoglio fino ai led luminosi in corso Buenos Aires, i Caselli di Porta Venezia, corso Venezia, via Palestro, corso Vittorio Emanuele, corso di Porta Romana. Luci anche alla Torre Galfa, alle gru in Porta Nuova fino all'immobile in via De

Castilla recentemente riqualificato, per un totale di 12.000 metri di linee elettriche.



**Via Piero della Francesca e via Poliziano con Nexi** -

Sono, invece, grandi comete bianche con la coda blu a portare l'atmosfera di Natale in via Piero della Francesca e in via Poliziano grazie a Nexi che, oltre a illuminare le strade in collaborazione con Ascopier (l'Associazione di via) e Confcommercio Milano, ha messo a disposizione dei commercianti della zona webinar gratuiti per far conoscere le opportunità e i benefici che i pagamenti digitali possono portare a sostegno delle imprese.



**Viale Monza con**

**Nivea** - Per la seconda volta anche viale Monza si accende per le feste, da piazzale Loreto sino a Villa San Giovanni grazie a 74 arcate blu composte da oltre 33mila led, ideate da Nivea appositamente

realizzate per augurare buon Natale a tutti i residenti e a chi quotidianamente arriva in



**Vivi viale associazione MONZA dei commercianti**

città da nord. L'iniziativa vede la collabora-

zione dell'Associazione commercianti Vivi Viale Monza e Confcommercio Milano.

**Il contributo del Comune** - Per

incentivare e sostenere la realizzazione di luminarie da parte di associazioni di via, di categoria, istituzioni e comitati di quartiere, il Comune ha messo a disposizione un contributo complessivo di 75mila euro (massimo 3 mila euro per ogni singolo progetto). Un sostegno destinato ad associazioni come Centrale District che, grazie al contributo dei tanti albergatori e dei commercianti delle vie limitrofe alla Stazione Centrale, ha illuminato autonomamente con festoni e luci la principale porta d'ingresso della città dando un segnale importante di vitalità del quartiere, o Asselor che illumina l'asse commerciale di via Lorenteggio.

Presentati i dati di Assintel Report Reloaded



# Il programma "Oltre" di Assintel

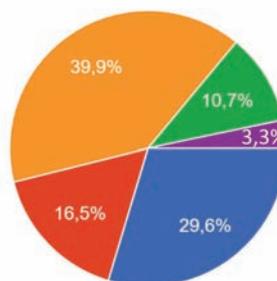
## Patto di sistema per riprogettare il Paese con gli investimenti nel Digitale

la. Il Digitale è fattore abilitante del sistema economico del Paese

Un'alleanza per il Paese che faccia perno sul digitale, un approccio oltre i particolarismi economici e settoriali per andare oltre, una visione che abbracci e progetti una nuova economia nazionale: è il messaggio di Paola Generali, presidente di Assintel, l'associazione nazionale delle imprese Ict e digitali di Confcommercio, in occasione di Assintel Report Reloaded, l'evento interattivo - coordinato dal giornalista Nicola Porro e trasmesso dalla sala immersiva di MEET, il nuovo centro internazionale, a Milano, di cultura digitale con il supporto di Fondazione Cariplo - in cui la community Ict si è confrontata le istituzioni e le filiere della domanda. Main sponsor di Assintel Report Reloaded Intesa

e deve servire per progettare una nuova economia che deve andare "oltre".

### Misure del Governo poco utili per l'ICT



Quanto hanno inciso:

- Per nulla: non ne ho avuto bisogno
- Per nulla: non sono riuscito ad accedervi
- In modo marginale
- In modo sufficiente
- Sono decisive per la tenuta dell'azienda

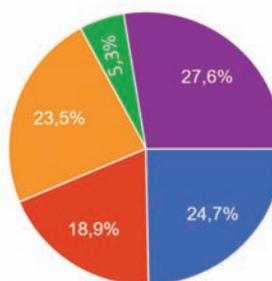
Metà delle imprese Ict in sofferenza, ma le previsioni per il 2021 sono positive per oltre il 90%. Prioritario abbattere il costo del lavoro qualificato e garantire liquidità alle imprese, per incentivare la ricerca e sviluppo di innovazione

### Ottimismo per il 2021

Le aziende prevedono una crescita del loro business



### Previsioni di fine anno in miglioramento



Dettaglio fatturato

- In crescita
- Stabile
- Calo fino al 10%
- Calo dal 10 al 50%
- Calo oltre il 50%

Sanpaolo, sponsor CFMT, partner istituzionale Confcommercio.

Con il lockdown per l'emergenza Covid, la Digital Transformation è diventata in pochi mesi una necessità, forzando culturalmente aziende, pubbliche amministrazioni e persone ad adottare nuovi processi ed approcci digitali. Ma, rileva Assintel, si è lavorato in emergenza, senza una strategia di sistema, ora è arrivato il momento di costruir-

## Cinque punti per innovare

Le richieste al Governo di Assintel sono precise: la metà delle aziende è concorde nel chiedere interventi sul costo del lavoro, un'azienda su quattro chiede incentivi a ricerca e sviluppo. Ed è raccogliendo gli spunti reali delle imprese associate che Assintel ha lanciato alle istituzioni il suo programma "Oltre", dove il Digitale è il volano concreto per attivare l'evoluzione di tutto il sistema economico e sociale. Ecco in 5 punti:

- 1. ABBATTERE IL COSTO DEL LAVORO PER INCENTIVARE L'INNOVAZIONE**
  - Decontribuzione totale per 5 anni sulle nuove assunzioni in ambito ricerca e sviluppo senza plafond e abbassamento del cuneo fiscale delle risorse già assunte.
- 2. FINANZIARE LA RIPROGETTAZIONE DEL BUSINESS: SERVE LIQUIDITÀ REALE AL SISTEMA DELLE IMPRESE**
  - Rivoluzionare l'approccio ai bandi, in cui favorire la compresenza di fornitori, fruitori e associazioni di categoria, con particolare riferimento alle mpmi.
  - Rendere automatico il finanziamento anticipato degli investimenti da parte delle banche a fronte dell'assegnazione di fondi a seguito della partecipazione ai bandi.
  - Inserire la cessione del credito anche per le attività di ricerca e sviluppo
- 3. LA RETE DELL'INNOVAZIONE: METTERE A SISTEMA I TERRITORI, LE ISTITUZIONI E LE ASSOCIAZIONI**
  - Creare tavoli permanenti a livello regionale e nazionale, integrando i lavori con le associazioni di categoria, che fanno da interpreti e catalizzatori delle esigenze delle aziende sul territorio.
  - Favorire la creazione di ecosistemi domanda-offerta che valorizzino le filiere del Made in Italy valorizzando le mpmi che rappresentano la gran parte delle aziende Italiane.
- 4. LA RIVOLUZIONE DELLE COMPETENZE DIGITALI: DEVONO DIVENTARE L'ASSET SU CUI INVESTIRE**
  - Incentivare economicamente gli studi nei percorsi STEMA.
  - Creare programmi di studio allineati con le richieste del sistema aziendale.
- 5. SBUROCRATIZZAZIONE: IL DIGITALE COME DRIVER PER L'EFFICIENTAMENTO DELLA RELAZIONE FRA LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E LE IMPRESE**
  - Completare l'interoperabilità delle banche dati per semplificare la relazione fra impresa e pubbliche amministrazioni
  - Rendere totalmente digitali tutti i servizi che la PA eroga alle imprese sia a livello nazionale sia locale.

Il dato di partenza riguarda la resilienza del settore Ict, costituito per la maggior parte da micro, piccole e medie imprese



italiane: nei primi 9 mesi dell'anno quasi la metà delle aziende associate ha gestito al meglio le difficoltà, il 18,5% crescendo di fatturato, il 24% restando



stabile. Le previsioni sul 2021 sono ottimistiche: per il 58,4% sarà in miglioramento, solo l'8,6% prevede un peggioramento. La conferma arriva anche dai dati di scenario di IDC Italia: un



calo complessivo del fatturato IT italiano di quasi il -2%, una ripresa lenta nel 2021 e più marcata nel 2022, fino a superare il +3%.

Gli anticorpi si chiamano investimenti: in primis nello sviluppo di business e nella ricerca (57,6%). A poco sono servite le misure economiche di sostegno alle imprese via via messe in campo dalle istituzioni: solo il 14% vi ha fatto ricorso e li reputa adatti alla loro situazione.

# CON CONFCOMMERCIO



# CONOSCERSI

**SFRUTTA LE OPPORTUNITÀ DI NETWORKING ANCHE ONLINE TRA TE E LE AZIENDE ASSOCIATE.**

Con Confcommercio Milano hai l'opportunità di farti conoscere e di conoscere tutti gli altri associati. Numerosissime e vantaggiose convenzioni per trovare fornitori di fiducia, professionali e convenienti e in più, potrai tu stesso diventare fornitore per gli altri associati. Con il nuovo portale **serviziproimpresa.it** scoprirai anche uno strumento online prezioso per cercare e sviluppare collaborazioni per far crescere la tua attività. **Convenzioni, matching, presentazioni... scopri anche tu il modo migliore per sviluppare il tuo lavoro.**

Scegli il percorso giusto, vai su:  
**[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)**

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

**[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

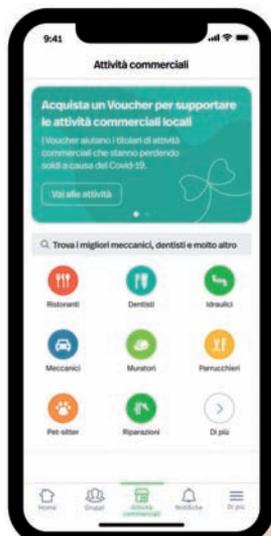
**f** Confcommercio Per Te

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

# Confcommercio Milano e Nextdoor insieme per promuovere il commercio di vicinato nei quartieri

**N**extdoor è il social network di quartiere che connette le persone con la realtà che le circonda: attività commerciali locali, servizi e ultime notizie. È attivo in 11 Paesi del mondo, 269.000 quartieri e annovera oltre 50 milioni di raccomandazioni di attività commerciali da parte dei vicini.

Grazie alla collaborazione - su Milano - con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Nextdoor sostiene attivamente il commercio di vicinato mettendo a disposizione gratuitamente, vedi box, alcune funzionalità per supportare le attività commerciali di quartiere. (MD)



**1**

Fatti conoscere online nella tua area con una pagina aziendale gratuita. Aiuta i vicini a scoprire e conoscere la tua attività.

**2**

Ottieni raccomandazioni dai tuoi vicini.  
Il 70% degli utenti di Nextdoor si fida delle raccomandazioni dei vicini più di ogni altra cosa.



**3**

Tieni informati i vicini con dei Post Aziendali.  
Pubblica gratuitamente nella bacheca di Nextdoor per interagire con nuovi clienti. Condividi gli aggiornamenti riguardanti la tua attività commerciale.

## Raggiungi i clienti che contano:

**100%**  
persone reali  
che vivono  
nella tua zona

**88%**  
compra locale  
almeno una  
volta a  
settimana

**50%**  
non conoscono  
le attività  
commerciali  
"sotto casa"

# nextdoor

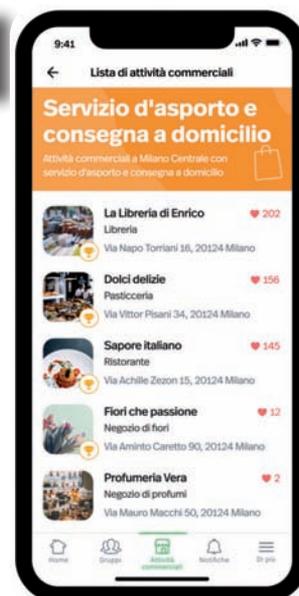
Raggiungere i clienti  
di fiducia  
e quelli potenziali

Le attività commerciali possono raggiungere i clienti di fiducia e potenziali consolidandosi come punto di riferimento nel proprio quartiere. Con le funzioni dedicate al commercio di vicinato, per gli operatori è,

infatti, possibile:

- ottenere raccomandazioni dai clienti per rafforzare la propria reputazione locale; promuovere servizi di consegna a domicilio/delivery;
- pubblicare gratuitamente nella bacheca di Nextdoor per interagire con nuovi clienti, condividere gli aggiornamenti importanti riguardanti la propria attività commerciale e mettere in risalto le novità;
- comunicare le offerte future e creare voucher e codici sconto.

Maggiori informazioni su: <https://go.nextdoor.com/it-business>.



# CON CONFCOMMERCIO



# CONVIENE

## RIDUZIONE COMMISSIONI CARTE E ALTRI COSTI BANCARI

**Confcommercio Milano** ha stipulato accordi riservati con alcune delle principali banche per offrire a tutti i soci un risparmio su: **servizio Pos, condizioni di conto corrente, commissioni e prodotti bancari**. In particolare per i **soci fedeli** le condizioni economiche saranno ancora più vantaggiose.

Tutte le convenzioni bancarie offerte possono essere consultate sul sito nella sezione dedicata a banche, pos e servizi d'incasso. Contatta la Tua Associazione o scrivi a [convenzioni.bancarie@unione.milano.it](mailto:convenzioni.bancarie@unione.milano.it) per richiedere l'attestato di "socio fedele" o di "socio ordinario" e presentarlo alla banca.

**Verifica quanto risparmi con le nostre convenzioni bancarie.**

Scegli il percorso giusto, vai su:  
[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)

Istituzionale e Lobby

Consulenza e Gestione

Capitale Umano e Formazione

Finanziamenti e Contributi

Start Up e Innovazione

[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

f Confcommercio Per Te



## Linee guida per il nuovo bando approvate dalla Giunta comunale

# Milano, 440 mila euro di contributi alle imprese danneggiate dai cantieri M4

La Giunta comunale milanese ha approvato le linee guida per nuovo bando che destinerà 440 mila euro di contributi a supporto delle imprese delle aree di cantiere della M4 con priorità per quelle a “impatto molto elevato”. Per le imprese considerate a “impatto molto elevato” – informa il Comune - è previsto un contributo a fondo perduto dall’ammontare massimo di 7 mila euro per le attività che hanno osservato un periodo di chiusura obbligatoria in adesione ai DPCM 11 marzo 2020, 22 marzo 2020, 1 aprile 2020, 10 aprile 2020, 26 aprile 2020, mentre per tutte le

altre attività il contributo sarà di 3.500 euro. Le imprese potranno rendicontare le spese correnti sostenute durante il lockdown, per canoni di locazione ed utenze per immobili risultanti quali sede operativa dell’azienda; canoni e tributi locali; acquisto di materiale d’uso da non destinare alla vendita, spese per il personale, pubblicità, marketing e comunicazione oltre alle spese per il loro consolidamento in una fase di forte disagio e di limitazione dell’attività.

I beneficiari dell’assegnazione dei contributi vengono individuati tramite graduatoria entro il 31 dicembre. Da Confcommercio Milano valutazione positiva del provvedimento: un segnale d’attenzione.

“Con il mix lavori per l’M4-restrizioni Covid – ha affermato Gabriel Meghnagi, presidente della rete associativa vie di Confcommercio Milano – il danno è stato doppio per molte attività che, proprio a causa del cantiere, non hanno potuto usufruire del beneficio dell’occupazione straordinaria di suolo pubblico. Un grave disagio nei mesi successivi al primo lockdown. L’intervento del Comune è certamente apprezzabile anche in considerazione delle limitate risorse dell’amministrazione pubblica in questa fase, che purtroppo

perdura, di grande emergenza. Non mancherà, da parte nostra, la collaborazione con il Comune per dare, con la costante attività di accompagnamento e supporto alle imprese vicine ai cantieri, tutte le informazioni utili sul nuovo bando”.

Sono 294 le imprese, lungo tutta la tratta della nuova M4 – ricorda il Comune di Milano - che in questi anni hanno avuto accesso ai 9 milioni di contributi complessivi messi a disposizione dell’Amministrazione attraverso i bandi che si sono succeduti dal 2016.

## Lotta alla contraffazione Protocollo d'intesa Agenzia delle Dogane lombarda, Camera di Commercio e Polizia Locale di Milano

È stato siglato un Protocollo d’Intesa tra la Direzione Territoriale Lombardia di ADM

(Agenzia delle Dogane e dei Monopoli), il Corpo di Polizia Locale di Milano e la Camera di Commercio di Milano Monza Brianza e Lodi, per la realizzazione di azioni congiunte in materia di vigilanza sul mercato, lotta alla contraffazione e tutela del “made in Italy”.

Il Protocollo ha come finalità il rafforzamento delle azioni sinergiche per contrastare, sia in termini preventivi sia repressivi, le condotte illecite legate al fenomeno della contraffazione e al commercio illegale di prodotti pericolosi per la salute, nei settori dell’alimentazione, dei giocattoli, del materiale elettrico, dei dispositivi di protezione individuale, di



**Maria Preiti, direttore territoriale Agenzia Dogane e Monopoli della Lombardia; Vittoria De Franco, dirigente Area tutela del mercato e ambiente della Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi; Marco Ciacci, comandante della Polizia Locale di Milano**

tessili, calzature, metalli preziosi, strumenti di misura, cosmesi, farmaci, dispositivi medici e prodotti ricadenti nell’ambito di appli-

cazione degli artt. 102-112 del D.Lgs n. 206/2005 del Codice del Consumo e del D.Lgs n. 152/2006 (cd. Codice dell’ambiente). Sarà posta particolare attenzione al settore dell’e-commerce. (SM)



*Presentata una ricerca demoscopica di Format Research sull'impatto dell'emergenza Covid per il settore*

## Ambulanti Giacomo Errico rieletto presidente di FIVA Confcommercio

**Giacomo Errico**  
(qui intervistato  
da Stefano Fumagalli, Tg2)  
rieletto presidente FIVA  
Confcommercio

**A** maggioranza pressoché unanime Giacomo Errico è stato riconfermato per il prossimo quinquennio presidente di FIVA Confcommercio, la Federazione italiana venditori ambulanti. La rielezione di Errico è avvenuta al diciassettesimo congresso di FIVA svoltosi, quest'anno, per le restrizioni anti-Covid, in modalità video-conferenza. Il congresso ha provveduto, contestualmente, all'elezione del nuovo Consiglio Generale di FIVA Confcommercio. Ecco i consiglieri eletti rappresentanti Apeca (l'Associazione milanese ambulanti): Emanuele Brancato, Raffaele Busin, Paolo Cirilli, Marcello Farina, Emiliano Masperi, Marco Mastriani. Rinnovati anche il Collegio dei Revisori e dei Proviviri (nei proviviri, da Milano, Tullio Arnaldo Molinari). Al congresso FIVA hanno partecipato i delegati delle Associazioni ambulanti (per un totale di 662 voti su 702 assegnati) e i dirigenti provinciali collegati. Il nuovo statuto della FIVA prevede quote rosa nel Consiglio Generale.

Nella relazione programmatica Errico ha preso in esame non solo l'emergenza Covid, ma il difficile triennio trascorso: "Gli ultimi anni sono stati complicati, stretti tra l'incertezza normativa e la pandemia. Basta con le proroghe: è necessario incalzare la classe politica, garantire alle imprese un quadro stabile per rilanciare gli investimenti e invertire la flessione del settore, anche in termini di ditte attive. La ricerca conferma la centralità del nostro mondo nel tessuto distributivo del Paese: un consumatore su due visita rego-



*I rappresentanti Apeca eletti  
al Consiglio Generale:  
Emanuele Brancato, Raffaele Busin,  
Paolo Cirilli, Marcello Farina, Emiliano  
Masperi, Marco Mastriani*

larmente il mercato".

E' stata, infatti, presentata una ricerca demoscopica di Format Research sull'impatto della pandemia per l'ambulato.

Nonostante un'evidente contrazione per l'emergenza Covid, i numeri emersi dalla ricerca sono di tutto rilievo: il 54% dei cittadini italiani con età superiore ai 25 anni continua a frequentare abitualmente i mercati ambulanti. Ciò significa – sottolinea

FIVA – un patrimonio di 24 milioni di persone che settimanalmente fanno visita al mercato, una ricchezza da non disperdere. Ecco quindi le proposte per il futuro,

condensate in un'agenda precisa: "La pandemia – ha proseguito Errico - ha imposto al Paese e alle imprese uno sforzo eccezionale. Noi abbiamo fatto e faremo la nostra parte, ma reclamiamo pari dignità rispetto agli altri settori, e non solo in termini di ristori economici. Assistiamo ad una moria delle imprese, le meno strutturate stanno già scomparendo. Quindi non bastano più palliativi. Serve un intervento deciso, a 360 gradi, in un quadro d'insieme, di sistema. Cioè un insieme di azioni coordinate e coerenti, che creino le condizioni del rilancio: robusti contributi a fondo perduto ed esoneri da Tosap/Cosap per l'emergenza, ma per il lungo termine ci vuole coraggio e visione. Penso alla riforma del fisco, a facilitare l'accesso al credito, ad un fondo speciale per il rinnovo dei mezzi e l'ammmodernamento delle aree di mercato in un contesto più ampio di rigenerazione urbana, nonché a un riordino complessivo delle norme che definiscono il commercio su aree pubbliche. Perché i nostri operatori, più che al sussidio, sono interessati al lavoro".

# Restrizioni Covid? La campagna #ghepensimi Consegna a domicilio dal negoziante di fiducia



Associazioni  
milanesi  
fioristi,  
cartolibrari  
e giocattoli,  
bigiotterie,  
librerie



Per informazioni  
contattare  
la segreteria  
delle associazioni  
allo 027750216-248



**C**ovid e zona rossa: dalle associazioni dei fioristi, dei cartolibrari e giocattoli, della bigiotterie e delle librerie aderenti alla Confcommercio milanese la campagna #ghepensimi per rivolgersi al negoziante di fiducia con il servizio di consegna a domicilio. A disposizione degli operatori – sono riportate in questa pagina le immagini degli avvisi (personalizzabili), inviate ai soci per poter essere diffuse alla clientela - una sezione apposita sul portale [www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it), sui siti associativi e su Facebook, per poter segnalare ed evidenziare le

imprese associate che svolgono l'attività di consegna a domicilio. Attività che, ricordano le associazioni, va sempre svolta nella massima sicurezza e muniti degli idonei dispositivi (guanti e mascherine). La segreteria delle associazioni dei fioristi, dei cartolibrari e giocattoli, della bigiotteria e delle librerie (027750216-248) dà inoltre supporto, attraverso il Servizio Autorizzazioni Commerciali, alle imprese che intendono avviare in modo più articolato l'attività di commercio online. Il servizio è gratuito per le aziende associate.



## Associazione Italiana Foto & Digital Imaging



Associazione Italiana Foto & Digital Imaging

nimità Servadei e il vicepresidente Paolo Giusti (key account del Gruppo Fowa Nital). Massimo Macarti, amministratore delegato di Canon Italia, è entra-

to a far parte del Consiglio direttivo di AIFOTO.

Alla nuova squadra, che vede la presenza dei manager delle più grandi aziende e delle associazioni professionali di categoria operanti nel comparto italiano dell'imaging, si unisce anche Antonio Barrella, neoeletto portavoce nazionale dei fotografi per CNA Comunicazione e Terziario Avanzato.

Il nuovo Consiglio Direttivo di AIFOTO è così composto: Luca Servadei, direttore Vendite di Polyphoto Spa (presiden-

te); Paolo Giusti, key account manager di Nital Spa e Fowa Spa (vicepresidente e tesoriere); Massimo Macarti, amministratore delegato di Canon Italia

Spa; Paolo Pozzi, communications director



**Vicepresidente  
Paolo Giusti.  
Massimo Macarti  
nel Direttivo**

Il vicepresidente di AIFOTO Paolo Giusti

tor di Vitec Imaging Solutions Global; Giulia Barbieri Carones, marketing supervisor Digital

Imaging/Smart Communication/Headphones Italy, Malta, Cyprus di Panasonic Marketing Europe GmbH; Davide Vajani, presidente di Ascofoto Confcommercio (Associazione dei negozianti e professionisti del settore fotografico); Antonio Barrella, portavoce nazionale dei fotografi di CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa - Comunicazione e Terziario Avanzato).

Luca Servadei, eletto presidente di AIFOTO

## Luca Servadei nuovo presidente di AIFOTO

**E** Luca Servadei, direttore vendite di Polyphoto, il nuovo presidente di AIFOTO, l'Associazione Italiana Foto & Digital Imaging. L'uscita di Marco Di Lernia (il precedente presidente) da Canon Italia ha reso necessario l'avvicendamento. L'assemblea di AIFOTO ha eletto all'una-

## L'Associazione milanese panificatori sostiene la partnership tra Alma e Chocolate Academy Milano Presentato il Master in Chocolate Arts

**L'**Associazione milanese panificatori sostiene Alma, la Scuola Internazionale di Cucina Italiana, e Chocolate Academy Milano, la Scuola professionale dedicata al cioccolato e fondata nel 2017 da Barry Callebaut. A novembre, nella sede di ALMA a Colomo (Parma), è stato presentato il Master in Chocolate Arts: un percorso di alta formazione dedicato ai professionisti di cucina, pasticceria, bakery e gelateria, che annovera nel corpo docenti uno tra i nomi più importanti dell'arte del cioccolato, il Maître Chocolatier Davide Comaschi, insieme a molti altri. Matteo Berti, direttore didattico di ALMA, e Alberto Simoniato, direttore di Chocolate Academy Milano, si sono trovati concordi nell'individuare come obiettivo comune il porsi nuove sfide e collaborazioni volte ad innovative modalità didattiche unite ad aggiornamenti professionali continui. (SM)



**Per informazioni:**

Coordinamento della Filiera Agroalimentare di Confcommercio Milano:

[agroalimentare@unione.milano.it](mailto:agroalimentare@unione.milano.it)



**L'audizione online con la Commissione Affari Esteri della Camera: i parlamentari e, nell'altra immagine, il presidente di Aice Riccardo Garosci collegato da Confcommercio Milano (con lui il segretario di Aice David Doninotti)**

## Audizione alla Commissione Affari Esteri della Camera



gno e razionalizzazione dei processi di import – ha detto Garosci – non possono che produrre risultati positivi per l'intero sistema Paese": sia come minori prezzi d'acquisto di materie prime e beni inter-



## Aice: scambi internazionali, guardare oltre il Covid

medi, sia per il vantaggio competitivo che può derivare alle imprese italiane.

"L'export – ha ricordato Garosci – è stato e continua ad essere l'unica componente positiva della domanda aggregata, rivelandosi uno strumento essenziale di crescita e sviluppo per le imprese": nel 2019 sono stati 135.760 gli operatori italiani impegnati nelle esportazioni (fatturati superiori ai 5 milioni di euro per l'8% delle imprese).



**Il presidente dell'Associazione italiana commercio estero Riccardo Garosci ai parlamentari: effetti benefici per l'Italia valorizzando l'import strategico e contrastando il protezionismo. Gli accordi di libero scambio (come quelli con Giappone e Vietnam) costituiscono una grande opportunità per le imprese**

**L**a pandemia Covid non soltanto ha fortemente frenato il commercio internazionale - WTO (World Trade Organisation) stima un calo fino al 13% per il 2020 – ma anche accresciuto la tendenza al protezionismo. Bisogna, però, saper guardare avanti.

Riccardo Garosci, presidente di Aice, l'Associazione italiana commercio estero, e vicepresidente di Confcommercio - intervenuto all'audizione della III Commissione Affari Esteri e comunitari della Camera – ha sottolineato l'importanza di "attivare progettualità legate all'import strategico, con l'obiettivo di rendere più fluido il flusso di merci e rendere più competitivo in export il comparto manifatturiero". "Azioni di soste-

questo 2020, ha proseguito Garosci "sono divenuti operativi gli accordi con Giappone e Vietnam con benefici per l'export italiano. Aice si impegna affinché l'Unione Europea continui sulla via delle riduzioni delle barriere tariffarie e non tariffarie, nella semplificazione e facilitazione degli scambi" in una "cornice fatta di regole certe e condivise". "Gli accordi di libero scambio – ha sottolineato Garosci – sono, in questo momento, una grande opportunità per le imprese" ed occorre saperne cogliere le potenzialità.

L'effetto Covid sta creando gravi scompensi per l'Italia anche nell'andamento del commercio con l'estero: nei primi cinque mesi del 2020 si è registrato un - 16% nelle esportazioni e un - 17,6% nell'import, con i settori automotive e tessile-moda in maggiore sofferenza. Lieve incremento, invece, nei settori farmaceutico ed alimentare. Export italiano in calo del 33,9% con l'India, del 21,9% con la Cina, del 12,3% con la Germania. "E' opinione condivisa – ha tirato le somme Garosci – che ci vorrà tutto il 2021 per superare i 500 miliardi di euro di export previsti per il 2020 (erano 476 miliardi di euro nel 2019)".

## Milano e gli "Ambrogini" Attestato di Benemerenzza Civica a FIMAA Milano Lodi Monza Brianza



“È soprattutto un riconoscimento alla nostra Categoria e al ruolo che svolge nella vita socio-economica della città. Ringraziamo il Comune di Milano”: così Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza, ha commentato l’assegnazione all’Associazione degli agenti immobiliari e d’intermediazione merceologica e creditizia (aderente alla Confcommercio milanese) dell’Attestato di Benemerenzza Civica per gli “Ambrogini” 2020.

“Un riconoscimento – ha proseguito Albanese – che giunge in un anno così difficile e complesso come questo 2020 e che coincide anche con il 75° dalla nostra fondazione. Grazie ai nostri Associati, 2000 imprese della mediazione presenti capillarmente sul territorio, che ogni anno ci rinnovano fiducia”.

Albanese sottolinea anche l’imprescindibile sinergia con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, di cui è vicepresidente, “nella quale operiamo confrontandoci con tutti i settori del terziario rappresentati” e l’impegno di FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza nella formazione e nell’aggiornamento “sempre più driver strategici”. Formazione che “mette a sistema competenze e professionalità dei tanti nostri operatori immobiliari, permettendo alle istituzioni di attuare piani di recupero urbano, di incentivare l’applicazione di canoni calmierati e concordati per le locazioni immobiliari, ma anche di garantire tutela e trasparenza per la filiera agroalimentare attraverso l’operato dei propri mediatori di merci”.

Il riconoscimento del Comune premia anche l’impegno di

MILANO  
LODI  
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza e dei suoi associati nel sostegno a iniziative del Terzo Settore dedicate alle città. In questo periodo d’emergenza sanitaria per il Covid, ad esempio, associati di FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza si sono adoperati per trovare gratuitamente allog-

*Il presidente Vincenzo Albanese: riconoscimento del ruolo e dell’impegno sociale degli agenti immobiliari e d’intermediazione merceologica*



**Vincenzo Albanese, presidente FIMAA Milano Lodi Monza Brianza (e vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza)**

gi a medici, ricercatori, infermieri e altri operatori impiegati nell’attività di soccorso e assistenza. “E l’intero ricavato dei webinar d’aggiornamento che abbiamo organizzato nei mesi scorsi – ha ricordato Albanese – è stato devoluto alla Protezione Civile”.

Importante, con l’emergenza Covid, anche il ruolo svolto dai mediatori merceologici e creditizi. È rimasta attiva la commissione di rilevazione prezzi della Granaria di Milano contribuendo al buon funzionamento della filiera agroalimentare. E nel credito sono state aiutate le imprese in difficoltà con l’attività di intermediazione con banche ed istituti finanziari.



3.000 aziende e oltre 42.000 lavoratori con l'indotto. Non basta l'emergenza sanitaria: dai criteri ministeriali seri ostacoli al servizio nella Pubblica Amministrazione

## Covid: l'allarme di Confida agli Stati Generali del Vending

### Distribuzione automatica, crollo dei consumi e nessun aiuto



Massimo Trapletti, presidente Confida

L'emergenza sanitaria del Covid con le decisioni del Governo e le ordinanze regionali: un combinato disposto che sta mettendo in ginocchio la distribuzione automatica. Settore che, in Italia si compone di 3.000 aziende e circa 30.000 lavoratori (a cui si aggiunge un indotto di altri 12.000). Secondo Confida - l'Associazione Italiana Distribuzione Automatica aderente a Confindustria che ha lanciato l'allarme agli Stati Generali del Vending - il comparto è arrivato a perdere, ad aprile, anche il 70% del fatturato e, dopo una breve ripresa, a partire da ottobre sta di nuovo crollando a picco.

A pesare sulle condizioni del settore è il forte calo delle consumazioni (-33,79% la perdita progressiva dei primi sei mesi, con stime ancora più gravi per il periodo della prima ondata Covid) nei luoghi dove il vending è più forte, e la mancanza di aiuti dallo Stato che non ha incluso il settore nel cosiddetto DL Ristori Bis (vedi *Unioneinforma di novembre a pagina 28 n.d.r.*)

Nei primi sei mesi dell'anno, secondo i dati Confida elaborati da Ipsos, le principali categorie di consumazione del vending hanno subito un forte calo rispetto allo stesso periodo del 2019: sono stati venduti il 27,51% in meno di caffè e il 42,98% in meno di bottigliette d'acqua. Consumi quasi dimezzati (-46,52%) per gli snack salati e netta diminuzione delle vendite (-38,61%) anche per quelli dolci.

A questa situazione si aggiungono i canoni concessori e demaniali che le imprese devono pagare per installare i distri-

butori automatici nel settore pubblico (anche se le macchine sono ferme) e alcune iniziative ministeriali che rischiano di deprimere ancor più i consumi.

Il Ministero dell'Ambiente ha, per esempio, redatto una prima versione di CAM (Criteri Ambientali Minimi), linee guida che condizioneranno gli acquisti del servizio di somministrazione di alimenti e bevande tramite distributori automatici: i criteri indicati nella prima bozza ministeriale - rileva Confida - rischiano di rendere impossibile il servizio del vending in tutta la Pubblica Amministrazione.

Confida, con il presidente Massimo Trapletti, ha chiesto che il Governo si impegni a prendere misure a favore del comparto

come la Cassa integrazione Covid-19 in deroga giornaliera, l'inserimento del settore tra quelli sostenuti dai Ristori, il credito d'imposta al 70% dell'importo dei cano-

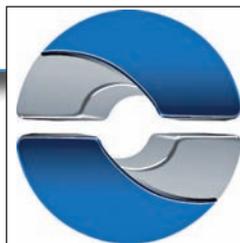


ni concessori per l'anno 2020-2021, la messa in campo di contributi a fondo perduto per investimenti in innovazione, digitale e sostenibilità e la riduzione dell'aliquota Iva del vending dal 10% al 4% per il 2021.

Senza queste misure, si aggraverebbe la già critica situazione di un settore in cui l'Italia è leader a livello internazionale. Il nostro Paese, infatti, è primo in Europa per numero di vending machine installate (oltre 820 mila), seguito da Francia (590 mila), Germania (545 mila) e Inghilterra (421 mila). Il settore, nel 2019, erogava oltre 6 miliardi di consumazioni l'anno (di cui quasi 5 miliardi nel solo mercato automatico). (SM)

## Federmotorizzazione al Governo: incentivi per l'acquisto di vetture usate a basso impatto ambientale

Il mercato dell'auto – anche per iniziative di sostegno mirate seppur di breve durata - aveva segnato a settembre – rileva Federmotorizzazione Confcommercio - una crescita del 9,54% sulle immatricolazioni rispetto allo stesso mese del 2019: una boccata d'ossigeno per gli operatori del settore che, con l'emergenza Covid, da marzo, stanno annaspando in una delle più gravi crisi economiche del dopoguerra. Ma il mese d'ottobre, sul quale si erano alimentate rosee aspettative, ha ben presto spento gli entusiasmi registrando nuovamente un lieve segno negativo sull'andamento del mercato (- 0,2%), con un totale di 1.123.194 immatricolazioni nei primi 10 mesi rispetto al 1.625.500 del 2019. Con un calo del 34% rispetto ai volumi dell'anno precedente: circa 500.000 immatricolazioni perse. Questa discesa è data essenzialmente dall'esaurimento degli incentivi per le auto nuove, con sconti – pochi - per le auto a basso impatto ambientale stan-



**FEDERAZIONE NAZIONALE COMMERCANTI MOTORIZZAZIONE**

ziati dal Governo per il rilancio dell'Automotive. A dimostrazione, se mai ce ne fosse stato bisogno, che in questo momento di difficoltà e incertezza l'unica leva per rianimare il settore auto è quello delle agevolazioni fiscali e degli incentivi.

Federmotorizzazione Confcommercio già in aprile aveva avviato, al pari di altre associazioni di categoria, confronti con le istituzioni al fine di, dati alla mano, proporre soluzioni che potessero aiutare il settore e facilitare o promuovere l'acquisto da parte dei privati e delle aziende.

Federmotorizzazione ha rilanciato una proposta che era stata già avanzata, formulata anche da Aniasa: stanziare incentivi per l'acquisto di vetture usate, purché con motore elettrico, ibrido o endotermico in classe di emissione Euro 6.

Se non fosse possibile concedere una somma da sottrarre al prezzo d'acquisto come avviene con gli incentivi per le nuove auto, viene condivisa la proposta di erogare un bonus tramite credito d'imposta o mediante esenzione dal pagamento dell'Imposta provinciale di trascrizione e del bollo auto nel caso di acquisti di queste tipologie di vetture.

"Incentivare questo settore di vendite – ha spiegato Simonpaolo Buongiardino, presidente di Federmotorizzazione - permetterebbe uno 'svecchiamento' del parco auto eliminando quelle più obsolete e, al tempo stesso, grazie ai rivenditori ufficiali e agli autosaloni, garantendo la totale sicurezza sul prodotto che si acquista": caratteristiche che non sono garantite dalle vendite tra privati.

## Autorimesse milanesi APA: emergenza Covid e beffa Tari

Da Apa, l'Associazione milanese delle autorimesse (settore, quello del parcheggio coperto e custodito che, solo su Milano, conta 250 strutture radicate su tutto il territorio per un totale di oltre 1.400 operatori), forti critiche per la richiesta, da parte del Comune, dell'intero pagamento della Tari nonostante la situazione di grande difficoltà legata alle conseguenze dell'emergenza Covid. Oltre al danno, ha rilevato APA, ecco materializzarsi la beffa. "Da marzo il Comune di Milano, come sostegno ai cittadini, ha praticamente mantenuto quasi sempre la sosta su strisce blu gratuita disincentivando di conseguenza l'utilizzo delle autorimesse e sospendendo a fasi alterne il pagamento di Area C. Ora, nel mese di novembre, i gestori si sono visti recapitare la richiesta dell'intero pagamento della TARI da parte di Palazzo Marino. Una tassa che, per giunta, è da sempre iniqua e penalizzante per un'attività di servizio che per sua natura dispone di grandi superfici, ma non produce alcun rifiuto. Ci sembra di capire dunque che le autorimesse, come spesso accade, siano per i nostri governanti l'ultima ruota del carro quando c'è da sostenere il settore, salvo poi



Stefano Martarelli, presidente APA

essere considerate di pubblica utilità e chiamate in soccorso del Comune quando si deve contrastare la sosta abusiva o sopprimere all'assenza ed

all'eliminazione di stalli per la sosta su strada. Il vaso è colmo e il settore è in ginocchio. Servono aiuti urgenti e ristori efficaci per il settore, a prescindere se una struttura sia rimasta aperta oppure no durante questa crisi, ma basandosi sulla differenza di fatturato di ognuna rispetto all'anno precedente. Ignorare la rilevanza strategica del nostro settore porterebbe a danni irreparabili nell'immediato anche per gli utenti finali e per il tessuto commerciale della città".



*Presto il “WhitePaper” da condividere con le istituzioni. Il presidente Federmotorizzazione ed Assomobilità Simonpaolo Buongiardino ha affrontato con gli influencer e designer di Caffè Design gli argomenti di attualità legati alla micromobilità*

## Con Federmotorizzazione e Assomobilità il Microbilty Day

**U**n documento – “WhitePaper” - in cui

verranno presto raccolti gli aspetti critici e i punti forti della micromobilità, da condividere con le Amministrazioni locali, per rafforzare la collaborazione ed il dialogo con le istituzioni.

E' l'impegno di Federmotorizzazione Confcommercio e Assomobilità (Confcommercio Milano) a bilancio della prima edizione del Micromobility Day, evento visto da più di 1.100 utenti sui canali social dedicati (Facebook e Twitch). Protagoniste della recente giornata le aziende della micromobilità associate a Confcommercio Milano (per la categoria scooter elettrici presenti in video MiMoto ed E-Cooltra, per i monopattini elettrici collegati da Roma Helbiz e presente in studio a Milano Bit). Promotore dell'iniziativa il presidente di Federmotorizza-

zione ed Assomobilità Simonpaolo Buongiardino con gli influencer e designer di Caffè Design che hanno affrontato gli argomenti di attualità legati alla micromobilità. In questo periodo si è osservato come la micromobilità sia un settore in forte sviluppo che sa catturare curiosità e attenzioni da parte non solo dell'utente privato, ma anche delle aziende e delle amministrazioni pubbliche. Un nuovo modo di muoversi è entrato a far parte della vita quotidiana. La strada da fare è, però, ancora lunga per poter garantire un servizio sempre più



efficace ed efficiente per l'intera comunità. Occorre migliorare costantemente l'attenzione da parte del consumatore verso il corretto utilizzo di questi mezzi e l'educazione stradale necessaria per potersi spostare in sicurezza.

Tanti i temi trattati al Micromobility Day: dalla sicurezza al vandalismo subito dalle flotte aziendali fino ad arrivare alle regole e alle norme a volte poco recepite dall'utente, ma anche altrettanto poco evidenziate dalle amministrazioni locali. “Ci sono due modi per diminuire i casi di vandalismo – ha affermato Buongiardino - la prevenzione e la repressione. Molto meglio fare leva sulla prevenzione. Se queste aziende continuano ad avere problemi di vandalismo in un determinato territorio,

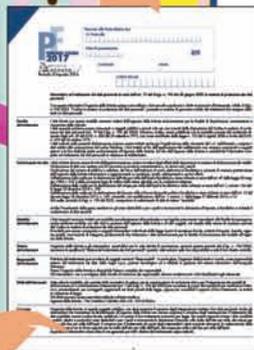
questo porterebbe le stesse aziende ad abbandonare quelle città spinti da troppe spese e complicazioni, comportando di conseguenza una diminuzione di servizi per i cittadini e per le imprese”. Un mondo, quello della micromobilità, che si è trovato protagonista in questo periodo di Covid e distanziamento con le aziende che offrono i mezzi anche ad associazioni no-profit o sanitarie come supporto ai loro spostamenti in città: per distribuzione viveri, consegna pacchi alimentari, consegna medicinali, delivery ecc. Ma, troppo spesso, le città ad oggi rispondono poco alle caratteristiche di questi

mezzi di spostamento. Città ancora poco “smart”: con asfalti spesso non curati o con i pavé sconnessi. Oppure con binari in disuso che complicano la viabilità su due ruote causando un danno ai mezzi ed un pericolo a chi li guida.

“La mobilità – ha tirato le somme Buongiardino – dev'essere sempre più integrata. Non esiste soltanto un modo di muoversi. Noi, come sistema associativo di Confcommercio Milano, abbiamo colto l'occasione di raggruppare tutte le realtà della mobilità per dar loro voce”.



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](mailto:info@centripresa.it)**

**DISMA**  
M U S I C A  
DISTRIBUZIONE INDUSTRIA  
STRUMENTI MUSICALI E ARTIGIANATO

*Al Parlamento e alla Commissione Europea  
un appello per la tutela  
dello strumento musicale  
come bene culturale e sussidio didattico*

## Dismamusica: è nata EMIA “European Musical Instruments Alliance”

**E**'nata EMIA, “European Musical Instruments Alliance”, coalizione delle associazioni di settore di Germania (Somm – Society of Music Merchants e.V.), Francia (CFSI), Italia (Dismamusica) e Spagna (Comusica). Ad essa aderiscono inoltre i portavoce degli interessi di settore del BeNeLux e la Camera di Commercio austriaca (WKO). EMIA – spiega Dismamusica - ha rivolto al Parlamento Europeo e alla Commissione UE un appello “Per la tutela dello strumento musicale come sussidio didattico e bene culturale di primaria importanza per il futuro dell'identità del continente europeo”. EMIA evidenzia come particolarmente allarmanti i dati relativi ai punti vendita al dettaglio del settore: in Germania nel periodo 2009 – 2018 il numero dei negozi specializzati è diminuito del 30 per cento circa; stessa riduzione si riscontra in Spagna e analoghe performance negative sono segnalate in Italia (-26%), in Francia (-28%), nel BeNeLux (26%) e in Austria (-20%). La richiesta di EMIA alle istituzioni europee è quella di intervenire sul piano normativo in materia di disciplina e restrizioni della concorrenza.

In particolare, EMIA chiede che venga adottato almeno uno di questi interventi: sia autorizzato anche per gli strumenti musicali un sistema di prezzi fissi analogo a quello già previsto per i libri; venga prevista per gli strumenti musicali, aventi la qualifica di beni culturali, un'esenzione in sede di revisione del Regolamento VBER sugli accordi verticali, facendo valere l'articolo 87 III d) del trattato CE che prevede una deroga a favore degli aiuti volti a promuovere la cultura e i beni culturali; venga introdotta una norma che imponga nelle pubblicità e



*Antonio Monzino, presidente Dismamusica*

nelle promozioni, l'indicazione del prezzo minimo a cui il rivenditore sia contrattualmente tenuto a tutela dell'identità e del valore dei prodotti, dei diritti del produttore e/o licenziatario, della competitività di tutti i canali di vendita e dei margini del venditore e del distributore.

“Lo strumento musicale è un prodotto culturale che svolge una funzione insostituibile nell'educazione della persona, nell'economia dell'industria musicale e nel garantire, con l'uso amatoriale, una migliore qualità della vita - sostiene Antonio Monzino, presidente di Dismamusica - Gli interventi legislativi richiesti da EMIA sono di grande importanza e potranno influire in misura determinante sull'esistenza stessa del settore”.

**informa**  
**Unione**

Mensile di informazione  
di CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA  
[www.confcommerciamilano.it](http://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](mailto: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.

## L'addio a Federico Kluzer

Vicinanza al figlio Andrea e ai familiari, dal presidente Carlo Sangalli e da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, per la scomparsa di Federico Kluzer (foto), storico imprenditore abbattegrasso nel settore del caffè e della torrefazione e, a lungo, presidente della Confcommercio di Abbiategrasso. In una lettera a Tiziana Losa, presidente dell'Associazione territoriale di Abbiategrasso, Sangalli ricorda l'amicizia "bella, onesta, disinteressata" con Kluzer e la condivisione di "un pezzo di strada importante nell'impegno associativo". Cordoglio dalla Confcommercio abbattegrasso (la presidente Losa, il consiglio direttivo, il segretario Brunella Agnelli e tutto lo staff, gli associati).



## La scomparsa di Cesare Poretti



È venuto a mancare Cesare Poretti, per diversi anni (dal 1999 al 2013), presidente di APA, l'Associazione milanese delle autorimesse. Ai familiari di Poretti il cordoglio e la vicinanza del presidente Carlo Sangalli e di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.



## Covid, mercati ambulanti più sicuri a Milano Apeca: orario preferenziale per gli over 65 E si sviluppa la consegna a domicilio

Una fascia preferenziale per gli over 65 che, presso i banchi delle imprese associate, avranno la precedenza negli acquisti dalle 8.30 alle 10.30. E, per tutti i clienti, la spesa a domicilio con la consegna, da parte degli ambulanti, nel quartiere dove è presente il mercato (i riferi-

menti delle attività che effettuano la consegna a domicilio sono disponibili sul sito dell'associazione [www.apeca.it](http://www.apeca.it) con tutti i dati necessari per prenotare anticipatamente la propria spesa). Sono le iniziative che Apeca, l'Associazione ambulanti di Confcommercio Milano, in concordanza con il Comune, ha avviato con il perdurare dell'emergenza Covid, per rendere sempre più sicuri i mercati su area pubblica milanese.

## Detrarre le tasse dagli acquisti per aiutare il commercio in emergenza

**Il punto**

Il Natale è imminente e mai come quest'anno servirebbe, un pre, durante, e post, di vendite di ogni genere, extra-large. La sofferenza del commercio e dei servizi, da inizio pandemia ad oggi, ha subito un'escalation vorticosa; il calo del giro di affari medio di ogni settore è all'incirca del 60%. Anche i marchi del fashion e i top di gamma hanno cominciato a perdere colpi.

Milano, una delle capitali mondiali del commercio di lusso, sta pagando, forse più di ogni altra città al mondo, il crollo contemporaneo del turismo, l'assillo delle restrizioni anti-Covid, ai quali si è aggiunto lo smart working che sta desertificando gli uffici posti essenzialmente nel centro. La riapertura di tutte le attività commerciali dovrebbe essere sostenuta da una straordinaria azione incentivante ai consumi che, per funzionare, dovrebbe essere basata su incentivi fiscali.

Il recente Black Friday, con scontistiche eccezionali, ha dato un ulteriore forte impulso all'e-commerce (vedi a pag. 7 n.d.r.), ovvero ai soliti grandi gruppi, mentre il negozio fisico ne è stato coinvolto solo in minima parte e non può che prendere le briciole degli ultimi giorni.

Agli esercizi commerciali toccherà mantenere sconti, mai fatti prima nel periodo antecedente il Natale, che

incideranno sulle marginalità.

L'alternativa agli sconti volontari potrebbe essere la detraibilità integrale dalle tasse di ogni acquisto effettuato o servizio utilizzato per i prossimi 60/90 giorni, per tutti i contribuenti.

Lo stimolo fiscale agli acquisti risulterebbe particolarmente incisivo e i vantaggi per l'Erario sarebbero molti: maggiori introiti dell'Iva e delle imposte derivanti da manifattura e commercio; riduzione dei costi della cassa integrazione per gli esercizi commerciali che, c'è da scommetterci, grazie all'incentivo fiscale lavorerebbero a pieno ritmo.

Serve, insomma, adottare soluzioni concrete in grado di scongiurare un tracollo per commercio e servizi. Senza le quali anche le produzioni vedrebbero crollare la domanda.



**Bruno Villois**

**Bruno Villois**  
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio

# CON CONFCOMMERCIO



## CONCRETIZZI

**APRI LA TUA NUOVA ATTIVITA' CON IL SUPPORTO  
DI CONFCOMMERCIO MILANO  
E IL 50% DI SCONTO SULL'ISCRIZIONE.**

**Confcommercio Milano** è al tuo fianco per aiutarti ad affrontare nel modo più semplice e efficace tutti gli obblighi e gli adempimenti che incontrerai nel corso **dell'avviamento della tua nuova attività**. Informandoti e orientandoti sui diversi aspetti, dalla più corretta forma giuridica a come chiedere **un finanziamento o come partecipare a un bando**, dal servizio di business plan alle agevolazioni rivolte agli associati, Confcommercio Milano è il tuo riferimento per concretizzare il tuo progetto.

Scegli il percorso giusto, vai su:  
**[metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)**

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

**[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)**

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

**f** Confcommercio Per Te

# CON CONFCOMMERCIO

## Scegli il percorso giusto, vai su: [metromappa.confcommerciomilano.it](http://metromappa.confcommerciomilano.it)



[www.confcommerciomilano.it](http://www.confcommerciomilano.it)

**CONTATTACI:**

tel. 02.7750362 o email: [marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

f Confcommercio Per Te

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