



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MANTOVA



ASSEMBLEA ORDINARIA 2025

**Relazione del Presidente
Lamberto Manzoli**

Mantova, 18 giugno 2025

**Care Socie e cari Soci,
Amiche ed Amici,**

benvenuti al consueto appuntamento con la nostra Assemblea Ordinaria Annuale.

“Permacrisi”: continua ad essere questa la parola che meglio di ogni altra identifica il periodo storico che stiamo vivendo, tra crisi internazionali - il conflitto in Ucraina, la preoccupante escalation delle guerre in Medio Oriente - e l’ingresso in scena di un’altra guerra, quella commerciale: lo “stop and go” sui dazi da Oltreoceano tiene con il fiato sospeso gli imprenditori di mezzo mondo e rende difficile, a volte impossibile, pianificare la propria attività, andare oltre la quotidianità.

Fatto sta che dal 2020 l’economia globale è stata caratterizzata da un marcato aumento dell’incertezza, causata da guerre, tensioni commerciali e ritorno dei dazi. Un mondo con più dazi è un mondo peggiore e la de-globalizzazione, come ha sottolineato anche il presidente nazionale Carlo Sangalli nell’assemblea confederale dell’11 giugno scorso, non può essere la risposta.

L’Europa dal canto suo deve cambiare passo, oggi è “tempo di

scelte condivise”: serve più integrazione, dalla politica estera alla difesa, e meno ideologia su determinate scelte, a partire da quelle energetiche.

Il Pil italiano è atteso in aumento dello 0,6% nel 2025 e dello 0,8% nel 2026, dopo due anni di espansione contenuta ma resiliente (+0,7% medio annuo tra 2023 e 2024).

A sostenere il ciclo sarà quasi esclusivamente la domanda interna che dovrebbe garantire un contributo di +0,8 punti percentuali nel 2025 e +0,9 nel 2026. La domanda estera netta, invece, continuerà a frenare l’economia, con un apporto negativo previsto di -0,2 e -0,1 punti rispettivamente.

Il protrarsi delle tensioni commerciali tra Stati Uniti e resto del mondo, unitamente alla volatilità geopolitica e ai segnali di rallentamento del ciclo globale, contribuiscono a un indebolimento delle prospettive di crescita, soprattutto per le economie avanzate.

Nel primo trimestre 2025, il commercio mondiale ha beneficiato di un effetto “anticipo dazi”, spingendo in alto i flussi commerciali italiani (+2,8% export, +2,6% import), ma per il resto dell’anno si attende una marcata decelerazione, con un impatto diretto sulle esportazioni italiane.

I consumi interni sono in crescita ma, attenzione, la prudenza delle famiglie si rafforza: i consumi privati dovrebbero mantenere una

crescita moderata e costante (+0,7% in entrambi gli anni), sostenuti dall'incremento delle retribuzioni e dell'occupazione. Tuttavia, la persistente incertezza sull'evoluzione macroeconomica sta spingendo le famiglie italiane ad aumentare la propensione al risparmio, frenando in parte la spesa.

A preoccupare è il calo della fiducia delle famiglie e soprattutto dei giovani: sono loro i più sfiduciati. Eppure, sono portatori di innovazione e produttività.

Ciò nonostante, l'occupazione continuerà a crescere più del PIL (+1,1% nel 2025 e +1,2% nel 2026), accompagnata da un ulteriore calo del tasso di disoccupazione: dal 6,0% di quest'anno al 5,8% nel 2026. Dopo una risalita dei prezzi energetici a cavallo tra 2024 e 2025, l'inflazione è attesa in rallentamento grazie alla discesa dei prezzi delle materie prime energetiche e all'apprezzamento dell'euro sul dollaro.

Per quanto riguarda il fisco, servono politiche che aiutino il contrasto all'evasione e una tassazione equilibrata dell'economia digitale; urge ridurre le tasse su chi crea ricchezza e buona occupazione, rendere strutturale la IRES premiale per chi investe e assume, e superare l'IRAP.

E c'è anche un problema di credito: dal 2011 al 2024, i prestiti alle piccole imprese sono crollati del 42%. Fondamentale dare più spazio ai Confidi. La nostra Confiditer cresce di anno in anno ed è

partner sempre più affidabile e prezioso per le imprese anche sul fronte formativo, come testimonia il ciclo gratuito di incontri sull'Educazione finanziaria organizzati a cadenza mensile in questa sede.

Per il futuro delle nostre aziende sono cruciali le sfide della doppia transizione verde e digitale ma anche dell'intelligenza artificiale, tutti ambiti in cui la nostra Confcommercio è impegnata a fondo con convegni e momenti formativi.

Voglio qui ricordare l'importanza dei contratti del terziario di mercato e del turismo, recentemente rinnovati, che interessano centinaia di migliaia di lavoratori e che sono stati al centro di nostri incontri di approfondimento: contratti innovativi, flessibili, risultato dell'impegno che coniuga le attese del mondo del lavoro con quelle delle imprese interpretando le trasformazioni profonde del nostro tempo.

Per quanto riguarda i settori da noi rappresentati, il commercio, in particolare quello di prossimità, continua a esprimere una fragilità diffusa. La crisi del tessile-abbigliamento, settore che attraverso i nostri rappresentanti di Federmoda sta giustamente chiedendo sostegni a livello governativo, è l'emblema delle difficoltà di molti comparti del terziario di mercato.

Per rilanciare il commercio chiediamo misure di sostegno, azioni antidegrado e, a livello di normative fiscali e amministrative, la

possibilità di giocarsela ad armi pari: stesso mercato, stesse regole per piccoli e grandi realtà, per chi opera online e per chi apre bottega nel cuore delle città, per il pubblico esercizio e l'agriturismo.

Confcommercio chiede un'agenda urbana nazionale per contrastare la desertificazione commerciale e dare nuove regole a settori come l'ambulato: senza investimenti, anche le imprese più piccole non reggono.

Il turismo, nel Mantovano, ha ancora ampi margini di crescita I numeri di Mantova sono ancora relativamente modesti, attorno ai 700mila pernottamenti, un dato molto lontano a quello della vicina Verona, provincia con cui sono in corso progetti sinergici grazie anche alla collaborazione delle nostre due Confcommercio che condividono la direzione generale.

Confcommercio Mantova è in prima linea per aumentare, a livello quantitativo e soprattutto qualitativo, gli arrivi sul nostro territorio ed è oggi in grado di monitorare con il progetto "Analytics" i flussi in città con le provenienze, l'età, la capacità di spesa basandosi su dati anonimi ottenuti dalla telefonia mobile. Dati importanti che, una volta analizzati potranno essere utilizzati in collaborazione con gli stakeholder, dagli enti agli imprenditori, per definire strategie utili e appropriate nel turismo.

Un approccio innovativo e scientifico che abbiamo iniziato a utilizzare per i Ponti primaverili: in quello del 2 giugno, i visitatori nel centro storico di Mantova sono stati - da venerdì 30 a lunedì 2 giugno - 114.858, di cui “solo” 33.400 provenienti da fuori provincia e dall'estero; appena 6.281 gli stranieri (il 5,47% del totale). La provenienza principale dall'Italia, è quella della vicina Verona.

Analytics di Confcommercio Mantova rientra nell'ambito del progetto Cities, acronimo per 'Città e Terziario: Innovazione Economia Socialità': è il percorso di Confcommercio per migliorare i centri urbani italiani e sostenere le economie di prossimità. Cities ha tre principali obiettivi: contrastare la desertificazione commerciale attraverso nuove politiche urbane e territoriali e iniziative di sviluppo delle economie di prossimità; promuovere il ruolo del terziario di mercato, creando consapevolezza sul suo valore in ambito urbano; contribuire al dibattito sulle città.

Il tutto in un contesto complesso, nel quale il tema della carenza di manodopera è tra i più impattanti sulle nostre imprese. Le imprese faticano a trovare personale qualificato: mancano quasi 260mila lavoratori, soprattutto nel turismo, ma anche in altri ambiti come quelli relativi ai negozi di vicinato e all'ingrosso.

I nostri settori esprimono però ancora oggi numeri di grande rilevanza ed è l'aggregato dei servizi a guadagnare terreno. Sulle 31.965 imprese mantovane attive al 31 marzo scorso (dati Infocamere), erano 16.741 quelle del terziario, ben oltre quindi il

50% ma in flessione rispetto alle 17.010 di fine 2023: il 45% appartiene al comparto dei servizi, il 39% al commercio, che è la voce che registra il maggior calo, l'11% al turismo e il 5% ai trasporti. Gli addetti del terziario sono poco meno di 133mila.

Che per il commercio cittadino siano tempi duri lo conferma l'Osservatorio della demografia d'impresa nelle città italiane e nei centri storici realizzato dall'Ufficio Studi di Confcommercio in collaborazione con il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne: Mantova risulta al 34mo posto nella graduatoria dei Comuni italiani che hanno perso più negozi al dettaglio tra il 2012 e il 2024, con un calo del 26%, percentuale più alta della media nazionale e regionale.

Per il commercio al dettaglio fuori dal centro storico di Mantova, a giugno 2024 erano attive 219 imprese contro le 251 del 2019 e le 267 del 2012. Va ancora peggio in centro storico: a giugno 2024 le imprese del settore erano 230 contro le 286 del 2019 e le 317 del 2012.

Bilancio in rosso, ma decisamente meno accentuato, anche per l'aggregato alberghi, bar, ristoranti: fuori dal centro storico, a giugno 2024 c'erano 172 pubblici esercizi contro i 197 del 2019 e i 179 del 2012. Trend analogo in centro storico: 182 imprese a giugno 2024, 194 nel 2019, 190 nel 2012.

Prosegue intanto il dialogo con le amministrazioni. Non senza difficoltà, come nella città capoluogo dove molte decisioni vengono prese senza condivisione con le associazioni di rappresentanza: sottovalutare il ruolo dei corpi intermedi significa causare effetti negativi sul tessuto imprenditoriale. I cantieri disseminati sul territorio provocano disagi alla popolazione, ai commercianti, agli esercenti, ai professionisti che devono muoversi.

Chiediamo da tempo di cambiare passo per una visione complessiva degli interventi sulla città ma anche per arrivare a una collaborazione nella programmazione e definizione degli eventi. Nel capoluogo così come negli altri Comuni della provincia.

Trasversale all'economia, strettamente connesso alla viabilità e alla socialità, spicca anche il problema della criminalità che non risparmia neppure Mantova e la sua provincia e richiederebbe misure più decise a tutela di cittadini e imprenditori.

Da parte nostra abbiamo organizzato incontri sul territorio per ascoltare la voce degli operatori, rafforzato la comunicazione per raccontare chi siamo e spiegare le opportunità per gli imprenditori che scelgono di usufruire dei nostri servizi, delle nostre convenzioni, delle nostre agevolazioni.

Nell'ambito del credito, Confiditer cresce anno dopo anno e rappresenta oggi un riferimento interprovinciale e interregionale da Verona a Mantova, da Bergamo a Brescia a Milano: ha triplicato le

garanzie sull'erogato già dal primo anno di vita, il 2020, ed ha chiuso il 2021 con un "garantito" a favore delle nostre imprese di oltre 22 milioni di euro diventati 31 l'anno successivo, 34 nel 2023 e poco meno di 35 lo scorso anno; nei primi cinque mesi 2025 Confiditer fa segnare un + 25% su gennaio-maggio 2024.

Confcommercio Mantova e Confiditer sono un sicuro approdo per finanziamenti a fondo perduto, crediti d'imposta, Bandi.

Siamo poi parte attiva del progetto confederale Imprendigreen, riconoscimento che, anche nel Mantovano, ha già premiato numerose imprese sostenibili e virtuose.

Insieme a Confcommercio Verona abbiamo lanciato e stiamo lanciando numerosi progetti per accompagnare le imprese verso il futuro, come il servizio di affiancamento operativo per imprese o il ciclo formativo di quattro incontri tecnici pensati per supportare le imprese nella gestione corretta e consapevole delle tematiche ambientali.

Siamo un riferimento, su scala nazionale, proprio per l'ormai consolidata sinergia con la consorella Confcommercio Verona: una partnership che permette di implementare le attività associative e la rappresentanza, garantire economie di scala condividendo esperienze e professionalità.

L'attività sindacale e delle categorie è instancabile grazie ai nostri dirigenti, ai presidenti e ai consiglieri, grazie al lavoro sul territorio provinciale. Puntiamo a intercettare nuove realtà, ad ampliarci a nuovi settori per essere sempre più protagonisti del contesto economico e sociale.

Imprese Storiche Mantova è un altro dei fiori all'occhiello della nostra Associazione: siamo impegnati a supportare le aziende che hanno scritto pagine indelebili per il nostro terziario di mercato, da noi ogni anno premiate, così come siamo attenti nell'intercettare i Bandi che possano rivelarsi proficui per le imprese; quelle Storiche, quelle di più recente costituzione ma anche quelle in fase di avviamento.

Oggi il valore della quota associativa è sempre più elevato, grazie al costante e continuo affiancamento ed accompagnamento delle nostre imprese, alle consulenze professionali a 360 gradi, alle decine di convenzioni che assicurano risparmi ingenti agli imprenditori, ai convegni, ai corsi di formazione e aggiornamento indispensabili per restare al passo con i tempi.

Vogliamo essere sempre più "impresa tra le imprese", creare opportunità e momenti di confronto con nuovi progetti, iniziative, idee, con l'entusiasmo e la passione che ci contraddistinguono. Con il lavoro dei nostri commerciali, con un'azione di marketing e comunicazione forte e costante, con il vostro continuo impegno per il quale vi ringraziamo.

Chiudo ricordando che il 2025 coincide con l'80esimo compleanno della nostra Confcommercio, fondata nel 1945.

Un anniversario che, come ha detto il presidente nazionale Carlo Sangalli in occasione dell'assise confederale dello scorso 11 giugno a Roma, parte "dal respiro di libertà" del 25 aprile 1945, e da quella "libertà d'intraprendere" che il 29 aprile dello stesso anno diede inizio a una "storia di popolo chiamata Confcommercio".

Una storia che si è allargata nel tempo ben oltre il commercio: "una storia collettiva fatta di donne e uomini, famiglie e imprese, territori e città, cambiamenti e identità". Il filo conduttore scelto per questi 80 anni è uno slogan tanto evocativo quanto impegnativo: "ricordare il futuro". E si declina in tre parole-chiave: "continuità, equilibrio, cambiamento".

Gli 80 anni non sono solo un'occasione per raccontare la nostra storia comune e la nostra identità associativa ma sono anche un traguardo che guarda al futuro.

Con eventi nazionali e locali, mostre, incontri e iniziative sul territorio, infatti, le celebrazioni puntano a rafforzare il senso di appartenenza al sistema confederale, promuovendo innovazione e dialogo con i territori e le associazioni di categoria, rappresentando così l'occasione per sottolineare il ruolo del terziario di mercato

come motore di sviluppo economico e sociale, fondamentale per il futuro del Paese.

Festeggeremo gli 80 anni della nostra Confcommercio Mantova con un evento speciale che si svolgerà nell'ultima parte di questo 2025.

Da sempre e per sempre al fianco e per gli imprenditori: W la Confcommercio!