

ECONOMIA

Confcommercio compie 80 anni: dal Dopoguerra alla sfida digitale

Massoletti: «L'innovazione è la carta da giocare per restare competitivi»

L'ANNIVERSARIO

— BRESCIA. Otto decenni di storia: Confcommercio Brescia compie 80 anni e sceglie di guardare avanti. Ieri pomeriggio al complesso di San Cristo, in città, la ricorrenza è stata occasione non solo di memoria, ma soprattutto di confronto sulle trasformazioni del commercio e dei servizi, settori che oggi contano più che mai per l'economia del territorio.

Fondata l'11 luglio 1945 come Associazione commercianti della provincia di Brescia, oggi Confcommercio conta 2.500 soci. «Il terziario è sempre più centrale per l'economia della nostra provincia - spiega Carlo Massoletti, presidente dell'associazione - Innovazione, autoimprenditorialità e intelligenza artificiale sono le carte da giocare per mantenere competitività e solidità».

Gli interventi. Tra gli ospiti della giornata anche gli assessori regionali Simona Tironi e Giorgio Maione, la sindaca di Brescia Laura Castelletti, il vicesindaco Federico Manzoni e l'assessore comunale Andrea Poli, insieme al presidente Confcommercio nazionale Carlo Sangalli, che ha ricordato come l'associazione nasca da uno snodo storico complesso: la fine della Seconda Guerra mondiale.

«La memoria non è nostalgia, serve a illuminare il presente e orientare il futuro», ha detto Sangalli. La cerimonia è stata affiancata dal convegno «Brescia e il Terziario: 80 anni tra imprese, territorio e futuro», che ha messo al centro storia e prospettive anche attraverso l'intervista condotta da



I presidenti. Carlo Massoletti con il leader nazionale Carlo Sangalli

Tonino Zana a Mario Taccolini, delegato rettorale dell'Università Cattolica di Brescia e a Giovanni Gregorini, direttore del Dipartimento di Scienze storiche, filologiche e sociali della Cattolica.

Taccolini ha messo in luce il valore della resilienza, che «non è solo la capacità di resistere e tornare allo stato prece-

*Taccolini e Gregorini:
«Il commercio bresciano
è fatto di tante storie
diverse e intrecciate»*

dente ma anche di apprendere dai momenti di crisi per orientare nuove strategie». Secondo Mario Taccolini il modello bresciano ha saputo unire radicamento territoriale, cultura del lavoro, imprenditorialità e apertura internazionale. Gregorini ha invece sottolineato come «non esiste una storia

del commercio bresciano ma molte, tutte diverse e intrecciate, e come oggi sarebbe necessario ricostruirle per trasmetterle alle nuove generazioni».

I riconoscimenti. La giornata ha visto poi la consegna di una targa di riconoscimento alle imprese rimaste associate senza interruzioni dal 1945: Bar Dora (Lograto), Borghini (Brescia), Bulferetti (Ponte di Legno), Caffè Milano (Urago d'Oglio), Contratti (Mairano), Drogheria Ronchi (Brescia), Ferramenta Boldori (Seniga), Gallinari Gioielli, Gioielleria Fasoli, Gioielleria Leonardi, Osteria al Bianchi e Porteri (tutte a Brescia).

Ottant'anni dopo la sua nascita, Confcommercio Brescia si trova ancora davanti a un bivio: non quello della ricostruzione, come nel 1945, ma quello della trasformazione digitale e della capacità di leggere i cambiamenti nei consumi.



Confronto. Da sinistra Giovanni Gregorini, Mario Taccolini e Tonino Zana

Noci: «La resilienza non basta più, oggi bisogna crescere dentro le trasformazioni»

Per capire quali strade dovranno imboccare le imprese bresciane nei prossimi anni è intervenuto, intervistato da Riccardo Venchiarutti, Giuliano Noci, prorettore delegato del polo territoriale cinese del Politecnico di Milano. Noci ha messo subito in chiaro che la sola resilienza non basta più: serve «antifragilità», cioè la capacità di crescere dentro le trasformazioni, non soltanto di resistervi. «Viviamo un tempo in cui la pluralità distributiva diventa essenziale - ha spiegato -, perché il commercio non è una forma sola, ma molte». Il cuore del cambiamento riguarda la prossimità, concetto che non va più inteso come mera vicinanza geografica, ma come intimità con il cliente. «Il negozio del futuro - ha osservato Noci - sarà

competitivo se saprà conoscere davvero chi ha di fronte. La prossimità non si gioca sulla distanza fisica, ma sulla capacità di interpretare i bisogni». Secondo Noci questo implica un cambio di paradigma: il commercio non si limita più a trasferire un bene da un punto all'altro, ma deve farlo funzionare nel contesto di vita del consumatore. «Non si vendono più frigoriferi o televisori come in passato: oggi si deve rispondere all'esigenza del cliente di far funzionare bene quei prodotti dentro il proprio ambiente domestico». Una partita che si gioca sulla qualità e sulla conoscenza: elementi che, per Noci, diventeranno imprescindibili nel definire il valore delle imprese di domani.

Talent Park: dove le aziende incontrano giovani talenti

SCUOLA E LAVORO

— BRESCIA. Dopo il successo della prima edizione, torna in Valcamonica Talent Park 2025, evento che ha l'obiettivo di ridurre il divario tra formazione scolastica e mondo del lavoro, accompagnando studenti e aziende in un percorso fatto di attività interattive, momenti esperienziali e laboratori. L'iniziativa - in programma il prossimo 21 ottobre al Centro Congressi di Darfo Boario Terme, ma le cui iscrizioni sono aperte fin da ora - è promossa dall'agenzia di somministrazione lavoro Maw, con la Provincia di Brescia, il Centro per l'impiego di Breno, Assocamuna e con il Patrocinio del Comune di Darfo.

Il mismatch tra scuola e lavoro resta oggi una delle sfide più complesse: i giovani faticano a orientarsi e a comprendere le reali esigenze del mercato, mentre le imprese si trovano spesso in difficoltà nel reperire profili qualificati. Talent Park nasce per creare un punto di incontro in cui i ragazzi possano scoprire opportunità professionali concrete e le aziende raccontarsi, mettendo in evidenza le competenze richieste e le prospettive di crescita offerte.

La giornata si aprirà con i saluti istituzionali di Barbara Lodi Rizzini, Responsabile e coordinatrice dei Centri per l'Impiego della Provincia di Brescia, e di Diego Zarnieri, Direttore Generale di Assocamuna. A seguire, l'approfondimento a cura di Cristian Molinari, Talent Manager e formatore di Maw, che illustrerà le modalità di partecipazione delle imprese e le novità del format 2025, introducendo la prima tappa di Talent Park prevista il 21 ottobre al Boario Centro Congressi di Darfo Boario Terme.

Talent Park rappresenta un'occasione strategica per tutte le aziende che vogliono investire sui giovani e sul futuro del territorio.

INVESTIMENTO

La società di comunicazione trova casa nell'ex conceria Capretti al Prealpino

SOLUZIONE GROUP, NUOVA SEDE E DIVENTA SPA: OBIETTIVO CRESCERE

ANGELA DESSI

Soluzione Group cambia casa e ragione sociale per crescere ancora. Nel 2025 la società di comunicazione bresciana nata nel 1988 ed oggi ContemporaryPR con un modello proprietario che fonde strategia, creatività, contenuto e tecnologia in un unico approccio integrato, non solo ha inaugurato una nuova sede al villaggio Prealpino, ma ha anche trasformato la sua ragione sociale, passando da «semplice» srl a spa. Una scelta, quella di diventare società per azioni, piuttosto inusuale per una realtà di servizi, ma che la dice lunga sulla lungimiranza e capacità di cambiare pelle ma non anima del progetto avviato quasi 40 anni fa da Fabrizio Senici. «Il cambio di ragione sociale nasce da un lato per sostenere il passaggio generazionale e dall'altro per rendere la nostra crescita più appetibile», spiega il ceo Michele Rinaldi che sottolinea come la comunicazione, oggi più che mai, non possa essere relegata a un ruolo esecutivo, ma debba essere sempre più considerata come una leva di valore strategico. E in questa logica, anche la bella sede di via del Brolo (per la ristrutturazione dell'ex conceria Capretti l'investimento è stato di circa 300 mila euro) ha un significato chiaro. Creare non solo un luogo sicuro in cui si possa lavorare ma una casa in



Presidente. Fabrizio Senici **Il Ceo.** Michele Rinaldi

cui possano nascere le idee, complici dialogo e contaminazione. Inaugurata a marzo di quest'anno, la nuova sede è stata infatti ribattezzata «La casa dove nascono le storie», un luogo di «connessione tra persone, contaminazione creativa e innovazione continua», precisa il presidente Fabrizio Senici per cui lo spazio è il simbolo di un modo nuovo di intendere le PR: non più media relations, ma ecosistema narrativo, che integra touch point digitali e relazionali, contenuti, dati e purpose. «Con la nuova sede vogliamo dare spazio non

solo al lavoro, ma all'ispirazione», continua Senici che evidenzia come le storie che nascono in Soluzione Group oggi parlino di acquisizioni di brand affermati a livello internazionale (tra i clienti Kraft-Heinz e Popeyes e multinazionali che operano in mercati B2B come BigMat, George Fischer, ifm electronic e DKC Europe), di partecipazioni strategiche e di riconoscimenti concreti, come la certificazione Iso 9000 o la UNI 125 per la parità di genere. «La nostra è una realtà che opera nei servizi ma con mentalità industriale» sintetizza soffermandosi anche sul tema del passaggio generazionale. «Sono 10 anni che stiamo lavorando per far crescere una seconda leva di soci junior, perché per dare continuità ad un progetto come il nostro bisogna stare al passo con i tempi e aprirsi alle nuove idee», conclude dettagliando il nuovo asset societario nel quale ad affiancarlo sono il ceo Michele Rinaldi; Anna Pelucchi, Head of Pr Department; Marisa Zammarchi, Cfo; Paolo Bertolotti, Sales Director; Giuliana Dello Preite come Account Manager e la figlia Chiara Senici Head of Digital Department. Nel 2024 Soluzione Group ha realizzato un fatturato di oltre 2,5 milioni di euro, con una marginalità vicina al 10% ed una team che conta 35 professionisti.

Banca Valsabbina sottoscrive minibond di Cirillo Group

FINANZA

— BRESCIA. Cirillo Group, realtà sita nel Tavoliere delle Puglie, attiva nella produzione e distribuzione di conserve alimentari, annuncia l'emissione di un minibond da 1 milione di euro, interamente strutturato e sottoscritto da Banca Valsabbina. L'operazione, della durata di 72 mesi, è finalizzata a sostenere il piano di investimenti per l'ampliamento dello stabilimento produttivo di Orta Nova (Foggia).

Nel dettaglio, il progetto prevede la realizzazione di un nuovo opificio per la produzione dei prodotti semilavorati e un sito dedicato alla lavorazione della materia prima, a conferma dell'impegno del Gruppo verso l'innovazione e la sostenibilità.