



La tradizione incontra l'innovazione: American Express presenta la guida "Itinerari Milanesi" dedicata alla prossima generazione di esercizi commerciali a Milano

- *Presentata oggi a Palazzo Bovara la guida "Itinerari Milanesi: 30 attività che stanno ridisegnando la città", realizzata in collaborazione con Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e curata da nss edicola*
- *L'iniziativa si inserisce nell'ambito di Shop Small, la campagna globale di American Express che invita i Titolari di Carta a sostenere le piccole attività di quartiere e il commercio di prossimità*
- *Una nuova ricerca Ipsos Doxa commissionata da American Express per Shop Small evidenzia come i consumatori italiani apprezzino sempre più le attività locali capaci di coniugare autenticità, innovazione e un forte radicamento nella comunità*
- *Il 65% degli italiani è più propenso a sostenere gli esercenti locali che introducono nuove idee, mentre il 46% dei consumatori tra i 18 e i 34 anni dichiara di aver aumentato gli acquisti presso i negozi di quartiere nell'ultimo anno*

Milano, 12 giugno 2026 – American Express ha presentato oggi **"Itinerari Milanesi: 30 attività che stanno ridisegnando la città"**, una nuova guida realizzata in collaborazione col **Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza** e curata da **nss edicola**, che racconta la prossima generazione di attività indipendenti capaci di contribuire all'evoluzione dei quartieri milanesi. Sviluppata nell'ambito di Shop Small, l'iniziativa globale di American Express a sostegno delle piccole attività commerciali, la guida mette in luce le attività locali che combinano creatività, connessione con la comunità e nuovi approcci al commercio di prossimità. Il lancio avviene in un momento in cui, secondo una nuova ricerca Ipsos Doxa commissionata da American Express, i consumatori italiani sono sempre attratti da esercenti locali che uniscono autenticità e innovazione. Tra i consumatori di età compresa tra i 18 e i 34 anni, il 46% afferma di aver aumentato gli acquisti nei negozi di quartiere nell'ultimo anno, rispetto al 37% registrato sul totale del campione.

"Come Comune di Milano sosteniamo i piccoli negozi di quartiere in tanti modi diversi e con molteplici iniziative che ne valorizzano il ruolo economico, sociale e culturale, dai bandi per aiutarli a rinnovarsi, alle giornate dedicate agli atelier e ai laboratori artigianali, come i 'Made in Milano days' per farne conoscere le peculiarità", spiega l'Assessora allo Sviluppo economico e Politiche del lavoro Alessia Cappello. "Crediamo infatti che questo tessuto imprenditoriale rappresenti un patrimonio prezioso di identità, relazioni, know-how e creatività locale, oltre ad essere un importante leva di attrattività per i tanti turisti che ogni anno visitano la nostra città. Per questo, la guida 'Itinerari milanesi' che racconta storie di giovani imprenditori e imprenditrici che, con una forte connessione al territorio e una grande passione, stanno rinnovando il commercio di prossimità, può rappresentare uno strumento utile di promozione dei nostri quartieri e dei nostri distretti commerciali".

Luca Staglianò, Vice President & General Manager, Merchant Services, American Express Italia, ha commentato: *"I consumatori apprezzano sempre di più le piccole attività locali che sanno evolversi mantenendo un forte legame con l'identità e la cultura delle comunità in cui operano. Da 125 anni American Express è al fianco degli esercenti in Italia, supportandoli nella crescita, nell'innovazione e nel rafforzamento della relazione con i clienti. Attraverso la nostra iniziativa Shop Small, continuiamo a valorizzare quelle attività locali che definiscono il carattere dei nostri quartieri, favoriscono le relazioni tra le persone e rendono più dinamiche città come Milano. Questa guida è un esempio concreto di come vogliamo promuovere e far*



conoscere le piccole imprese che stanno ridefinendo il commercio locale attraverso tradizione, creatività e nuovi approcci.”

Marco Barbieri, Segretario Generale di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza, ha dichiarato: *“Le attività di prossimità rappresentano molto più di un presidio economico. Sono luoghi di socialità, di sicurezza e di identità per i quartieri. La loro forza sta nella capacità di custodire una storia e, allo stesso tempo, di innovare. La tecnologia, il digitale e la multicanalità diventano strumenti per rafforzare il legame con il territorio e per continuare a offrire valore alle comunità. Per questo sostenere il commercio locale significa sostenere il futuro delle nostre città”.*

Il commercio locale tra eredità storica e visione futura: cosa cercano oggi i consumatori

I consumatori apprezzano sempre più le attività capaci di combinare autenticità, qualità e innovazione. Secondo la ricerca Shop Small, 8 italiani su 10 affermano che conoscere la storia e i valori di un'attività locale aumenta la propria fedeltà nei suoi confronti, mentre il 65% è più propenso a sostenerne una che porta nuove idee nella comunità di riferimento. Questa evoluzione si riflette anche nella crescente domanda di esperienze d'acquisto più integrate, come la possibilità di ordinare online con ritiro in negozio (30%) o di provare un prodotto in punto vendita e riceverlo con consegna a domicilio (29%).

Il ruolo delle attività locali va oltre quello commerciale: il 92% degli italiani ritiene che i negozi siano essenziali per preservare l'identità dei quartieri, l'89% li considera essenziali per la vitalità dei centri urbani e l'84% crede che favoriscano la socialità e la vita di comunità. Questo legame con l'autenticità emerge anche durante i viaggi: il 39% degli italiani dichiara infatti di cercare attivamente attività locali per scoprire prodotti ed esperienze legati alla cultura del territorio.

La scoperta di queste realtà avviene ancora principalmente attraverso il contatto diretto e le relazioni personali: il 67% le scopre passandoci davanti e il 61% tramite il passaparola. Allo stesso tempo, i canali digitali assumono un ruolo sempre più rilevante, specialmente tra i consumatori più giovani: il 48% degli intervistati tra i 18 e i 34 anni utilizza i social media e recensioni online per scoprire nuove attività locali, rispetto a una media del 35% sul totale del campione.

Questi dati confermano l'importanza di iniziative come Shop Small, che incoraggiano i consumatori a scoprire e sostenere le attività commerciali locali che svolgono un ruolo fondamentale all'interno delle comunità.

Le attività che stanno plasmando il futuro del commercio di prossimità

In questo contesto in evoluzione, la ricerca Shop Small evidenzia un crescente sostegno nei confronti della prossima generazione di esercenti e del loro ruolo nel definire il futuro del commercio di prossimità. I consumatori dichiarano di supportare queste attività non solo per la loro capacità di combinare tradizione e nuovi approcci (32%), ma soprattutto per il contributo che apportano al futuro delle comunità locali (38%). Per gli esercenti, questo rappresenta un'opportunità per posizionarsi come ponte tra il patrimonio culturale dei quartieri e le aspettative in evoluzione dei consumatori, diventando punti di riferimento fidati per la comunità capaci di coniugare molteplici sfaccettature.

"Itinerari Milanesi," la guida dedicata alla prossima generazione del commercio locale

La nuova guida *“Itinerari Milanesi: 30 attività che stanno ridisegnando la città”* racconta le storie di 30 piccole attività milanesi che contribuiscono all'evoluzione della città e sono guidate da una nuova generazione di



imprenditori che sta ridefinendo il panorama del commercio locale. Disponibile gratuitamente in formato digitale sia in italiano che in inglese, la guida è pensata per residenti e turisti che desiderano scoprire una Milano diversa attraverso itinerari a piedi e in bicicletta che attraversano alcuni dei quartieri più dinamici della città. Il progetto include anche una mappa illustrata che raccoglie i due percorsi suggeriti, pensati per facilitare l'esplorazione delle attività e dei quartieri coinvolti.

L'iniziativa è stata presentata oggi durante una conferenza stampa che ha riunito rappresentanti delle istituzioni, delle imprese locali e del settore privato per discutere il futuro del commercio di prossimità e il ruolo in evoluzione delle attività locali all'interno delle comunità urbane. L'evento ha visto la partecipazione di American Express, Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e il suo Gruppo Giovani Imprenditori e una selezione degli esercenti presenti nella guida, insieme alle istituzioni locali rappresentate dall'Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello.

Il confronto ha evidenziato l'importanza di sostenere la prossima generazione di commercianti capaci di costruire un legame con la comunità e identità locale, rispondendo alle nuove aspettative dei consumatori senza snaturare la propria eredità storica o la propria identità. L'iniziativa fa parte di Shop Small, la campagna globale di American Express che celebra il commercio di prossimità e incoraggia i Titolari di Carta a fare la differenza scegliendo di fare acquisti presso le attività locale.

La guida è disponibile gratuitamente da oggi in formato digitale, in italiano e in inglese:

IT: americanexpress.it/itinerarimilanesi

EN: americanexpress.it/milanitineraries

###

American Express

American Express (NYSE: AXP) è un brand globale di servizi di pagamento e di lifestyle premium guidato dalla tecnologia. I nostri colleghi in tutto il mondo supportano i nostri clienti con prodotti, servizi ed esperienze differenziati che arricchiscono la loro vita e costruiscono il successo aziendale. Fondato nel 1850 e con sede a New York, il brand American Express è basato sulla fiducia, la sicurezza e la qualità del servizio, oltre che su una ricca storia di innovazione e di restituzione e di valore ai clienti attraverso il programma Membership. Ci impegniamo a fornire ogni giorno la migliore customer experience a un'ampia platea di consumatori, piccole e medie imprese e grandi aziende, e sviluppiamo e gestiamo relazioni con milioni di esercenti attraverso la nostra rete mondiale. Per maggiori informazioni su American Express, visita americanexpress.com, www.americanexpress.com/en-us/newsroom/ e ir.americanexpress.com e <https://www.americanexpress.com/italy/>.

Il Gruppo Giovani Imprenditori - tra gli associati alle Associazioni di categoria e territoriali di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza- rappresenta e supporta circa 4.000 attività di nuova generazione attive del mondo del commercio, del turismo, dei servizi, delle professioni, dei trasporti e della cultura. Il Gruppo organizza programmi di formazione e progetti dedicati all'innovazione, all'evoluzione delle competenze sul mercato e al passaggio generazionale; valorizza il ruolo delle nuove generazioni negli ambiti sociali e istituzionali; stimola l'incontro e lo scambio tra pari e la mentorship per i più giovani; promuove la nuova impresa e l'autoimprenditorialità come scelta di vita e contributo attivo alla società.

Per maggiori informazioni scrivi a giovani.imprenditori@unione.milano.it, e visita Instagram [@giovaniconfcommerciomi](https://www.instagram.com/giovaniconfcommerciomi), LinkedIn <https://it.linkedin.com/company/gruppo-giovani-imprenditori-confcommercio-milano> e il Podcast Founder30 https://www.youtube.com/watch?v=oeLgCRaLkyU&list=PLxWn7CXDJPr3rPkfcbiZjvkJDI9_6VO-



American Express - Ufficio Stampa Burson

Claudia Corradi - claudia.corradi@bursonglobal.com - m. +39 349 6856526

Francesco Paolo La Bionda – francescopaolo.labionda@bursonglobal.com m. +39 349 7668024

Laura Zugnoni laura.zugnoni@bursonglobal.com - m. +39 320 5572669

Ufficio stampa Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza 027750222 relazioni.esterne@unione.milano.it