Unione informa

Confcommercio
Milano Lodi Monza Brianza

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO LODI MONZA BRIANZA



N. 11 Dicembre Anno 32 - Poste Italiane S.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - LO/MI

COMUNE DI
MONZA



Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza Monza
acinque
BrianzAcque
BCC CARATE E TREVIGLIO
ASSOLOMBARDA
Confartigianato
iperal
Autolocatelli
Kartell
Totem
OTTICA D.RIGA
G.VILLA
Zucchi
OTTICA Barzaghi
ENGEL&VÖLKERS
PROMEC

MONZA

“Viviamo le città – La giornata delle chiavi” Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e i Comuni dei nostri territori insieme contro la desertificazione commerciale



A Milano la sottoscrizione di un impegno comune fra il sindaco Giuseppe Sala e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli; nei centri dell’Area metropolitana milanese, a Monza Brianza e Lodi incontri con sindaci e assessori del territorio per l’iniziativa Viviamo le città – La giornata delle chiavi” promossa da Confcommercio e ispirata al progetto CITIES della Confederazione (*https://cities.confcommercio.it/*) dove il commercio di prossimità è strumento sociale e di rigenerazione urbana per il quale si agisce su più livelli: urbanistica, dati, spazi, logistica, governance, qualità dell'offerta.
Sono state poste le basi per una collaborazione strutturata con le Amministrazioni comunali dei nostri territori con l'obiettivo di contrastare il progressivo impoverimento del tessuto commerciale e promuovere uno sviluppo urbano sostenibile, inclusivoe diffuso. La chiusura dei negozi non rappresenta soltanto una perdita economica, ma determina la progressiva riduzione dei servizi ai cittadini, l'indebolimento delle relazioni sociali e il deterioramento della qualità dello spazio urbano. Da qui la volontà condivisa con le Amministrazioni comunali di mettere le attività commerciali al centro di una strategia di rigenerazione urbana capace di coniugare sviluppo economico, coesione sociale e qualità della vita.

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: sono le chiavi dei negozi chiusi che vogliamo riaprire; le chiavi dei negozi aperti che vogliamo restino sul mercato; le chiavi dei negozi nuovi che vogliamo rigenerino le nostre città



Il sindaco di Milano Giuseppe Sala e il presidente di Confcom-mercio Carlo Sangalli hanno sottoscritto un impegno comune per rilanciare le economie di prossimità e la rigenerazione urbana, favorire l'inclusione sociale e creare nuove opportunità di sviluppo nei quartieri. Cinque punti per una Milano sempre più vivibile, sicura e attrattiva. Alle pagine 2 e 3.

(Le foto a Palazzo Marino qui e nella pagina successiva sono di Daniele Mascolo)

MILANO: L’INTESA FRA COMUNE E CONFCOMMERCIO

Unione*informa* - dicembre 2026 - n. 11 - anno 32 (questo numero è stato ultimato il 23 novembre)



A Milano la firma a Palazzo Marino del sindaco Sala e del presidente Sangalli

Contrastare la desertificazione commerciale è uno dei metodi più efficaci per prevenire il degrado sociale, rafforzare la sicurezza e favorire l'inclusione e la crescita delle comunità. È da questa convinzione che nasce l'impegno sottoscritto a Palazzo Marino dal sindaco di Milano Giuseppe Sala e dal presidente di Confcommercio Milano Carlo Sangalli, nell'ambito dell'iniziativa nazionale "Viviamo le città – La giornata delle chiavi", promossa da Confcommercio per richiamare l'attenzione sulla necessità di restituire vita ai locali commerciali inutilizzati e rilanciare le economie di prossimità.

L'intesa si inserisce nel progetto nazionale CITIES di Confcommercio. In 13 anni Milano ha perso più di 1.700 negozi con un calo di oltre il 16%. Tuttavia, la chiusura dei negozi non rappresenta soltanto una perdita economica, ma determina la progressiva riduzione dei servizi ai cittadini, l'indebolimento delle relazioni sociali e il deterioramento della qualità dello spazio urbano. Rigenerare le economie di prossimità significa, quindi, intervenire anche sulle condizioni che favoriscono marginali-



L'impegno tra Comune di Milano e Confcommercio Milano si articola in cinque punti.

1. ***Dati condivisi e analisi territoriale***. Integrare le informazioni sulla distribuzione delle attività commerciali, sui locali sfitti e sulle caratteristiche socio-economiche dei quartieri con i flussi pedonali rilevati attraverso Cities Analytics Confcommercio, per realizzare una mappatura delle aree maggiormente esposte alla desertificazione commerciale e individuare le priorità di intervento.
2. ***Eventi e iniziative di quartiere***. Promuovere un calendario condiviso di iniziative culturali, sociali e di animazione commerciale, coinvolgendo imprese, associazioni e cittadini per rafforzare la frequentazione degli spazi pubblici, valorizzare le identità locali e favorire la socialità, con particolare attenzione alle periferie.
3. ***Incentivi per nuove aperture***. Sviluppare bandi e strumenti di sostegno all'imprenditorialità che prevedano premialità per l'insediamento di nuove attività nei quartieri periferici e nelle aree a maggiore desertificazione commerciale, anche attraverso contributi, agevolazioni sui tributi locali e sostegni alla riqualificazione degli immobili.
4. ***Manager degli sfitti***. Promuovere l'introduzione di una figura dedicata al censimento e al recupero dei locali commerciali inutilizzati, capace di facilitare, con il supporto degli uffici comunali e delle competenze del sistema Confcommercio, il dialogo tra proprietari, potenziali conduttori e istituzioni, favorendo accordi per canoni agevolati e nuove opportunità di insediamento.

“Viviamo le città – La giornata delle chiavi”

Le immagini delle iniziative sul territorio



Confcommercio dell'ADDA MILANESE



Confcommercio di ABBIATEGRASSO



Confcommercio dell'ALTA BRIANZA

segue a pag. 4

tà e degrado, restituendo ai quartieri luoghi di incontro, opportunità economiche e presìdi quotidiani di socialità e sicurezza.
Da qui la volontà condivisa fra Comune e Confcommercio Milano di mettere le attività commerciali al centro di una strategia di rigenerazione urbana capace di coniugare sviluppo economico, coesione sociale e qualità della vita.

5. ***Piani d'Azione Territoriali*****.** Individuare aree pilota nelle quali sperimentare gli interventi attraverso programmi condivisi, con obiettivi misurabili, responsabilità definite e tempi di realizzazione.

L'impegno sottoscritto rappresenta il punto di partenza di un percorso di collaborazione pubblico-privata che punta a tradurre la conoscenza del territorio in interventi concreti. Confcommercio Milano metterà a disposizione strumenti di analisi, competenze e capacità di coinvolgimento delle imprese, mentre il Comune di Milano contribuirà attraverso dati territoriali, strumenti urbanistici, risorse e leve amministrative di propria competenza.

Un impegno comune per riaprire le porte al commercio e alla vivibilità, nella convinzione che rigenerare la città significhi non soltanto riqualificare gli spazi, ma restituire servizi, opportunità e relazioni alle comunità.

“Negozi, botteghe ed esercizi commerciali sono da sempre emblema dell'anima laboriosa e intraprendente della nostra città – ha commentato il sindaco di Milano Giuseppe Sala - rendono più belli, vivaci e attrattivi i quartieri, garantendo presidio sociale e contribuendo allo sviluppo urbano e alla crescita della città. Per questo motivo, come istituzioni, abbiamo il dovere di impegnarci fattivamente per non disperdere quel prezioso patrimonio di storie imprenditoriali, capacità, competenze e socialità di cui i negozi di vicinato di Milano sono espressione. È in questa direzione che si muove l'impegno preso con Confcommercio: lavoriamo insieme per rilanciare il potenziale e il ruolo strategico che le attività di prossimità svolgono sia per l'economia dei quartieri sia per la qualità della vita di chi li vive e frequenta”.
“'Viviamo le città – La giornata delle chiavi' – ha affermato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - vuole ricordare, con la consegna ai sindaci delle chiavi simboliche, che la desertificazione commerciale non è un destino ineluttabile. Sono le chiavi dei negozi chiusi che vogliamo riaprire; le chiavi dei negozi aperti che vogliamo restino sul mercato; le chiavi dei negozi nuovi che vogliamo rigenerino le nostre città. La giornata vuole ricordare che il degrado urbano può essere contrastato attraverso la collaborazione pubblico-privato e il rilancio e l'innovazione delle attività di prossimità. Solo queste imprese, infatti, sono in grado di rendere Milano e i nostri territori più vivibili, più attrattivi e più sicuri”.

“Viviamo le città – La giornata delle chiavi”

Le immagini delle iniziative sul territorio

segue da pag. 3



Confcommercio dell'ALTO MAGENTINO



Confcommercio di BINASCO





Confcommercio di BOLLATE

Confcommercio di GORGONZOLA



Confcommercio di CORSICO





Confcommercio di LEGNANO





Confcommercio di LODI e
Confcommercio del BASSO LODIGIANO



Confcommercio di MELEGNANO



Confcommercio di MELZO



Confcommercio di MONZA E CIRCONDARIO

segue a pag. 6

“Viviamo le città – La giornata delle chiavi”

Le immagini delle iniziative sul territorio

segue da pag. 5



Confcommercio di RHO





Confcommercio di SESTO SAN GIOVANNI

Confcommercio di SEVESO



Confcommercio di VIMERCATE





Evento a Milano al Teatro Dal Verme per l'XI edizione della manifestazione promossa da Manageritalia, Confcommercio e Cfmt



Premio Eccellenza 2026
Per le imprese riconoscimenti ad Adidas Italia ClioMakeUp e Unobravo

A Milano, al Teatro Dal Verme, sono stati assegnati i riconoscimenti dell'XI edizione del Premio Eccellenza promosso da Manageritalia, Confcommercio e Cfmt (Centro formazione management terziario). Premiati tre manager, tre manager under 50, tre imprese, due formatori. Premio Eccellenza speciale a Urbano Cairo per i 150 anni del Corriere della Sera. Per Confcommercio contributo video del presidente Carlo Sangalli e presenza del vicepresidente vicario Lino Stoppani e del segretario generale Marco Barbieri. Nato nel 2000 il Premio Eccellenza Lido Vanni ha messo in evidenza quest'anno tre imprese associate al sistema Confcommercio: Adidas Italia, rappresentata da Pietro Allievi, general manager e vp Country Lead Italy; ClioMakeUp, rappresentata dalla ceo Elena Dominique Midolo; Unobravo, rappresentata dalla ceo e fondatrice Danila De Stefano. Gli altri premi ai manager Simone Brown (HR & Organization director CarClinic), Vincenzo Lipardi (presidente di SPICI s.r.l. e amministratore delegato di Fabbrica Italiana dell'Innovazione), Enrica Lipari People & Culture Director Growens S.p.A; ai manager under 50 Francesca Baldussi (Italy General Manager Clifford Chance), Irene Pugliatti (ceo Eligo eVoting), Matteo Tunioli (amministratore delegato ODB Safety srl); ai formatori Thomas Bialas e Mario Mezzanzanica.



Foto di Federico Giusti



Riconoscimento speciale a Urbano Cairo, sostegno alla comunità di San Patrignano

Con quest'undicesima edizione, il Premio Eccellenza ha rinnovato il proprio impegno nel riconoscere e valorizzare chi, attraverso il proprio lavoro, contribuisce a costruire un Paese più innovativo, competitivo e capace di affrontare le sfide del futuro. Un riconoscimento che mette al centro il valore delle persone, delle idee e delle competenze, ricordando come l'eccellenza non sia soltanto un traguardo individuale, ma un patrimonio collettivo.
La serata, oltre a valorizzare l'eccellenza, ha sostenuto il lavoro e l'impegno della comunità di San Patrignano che, da più di 40 anni, offre un aiuto gratuito a ragazze e ragazzi con problemi di dipendenza (27mila i ragazzi e le ragazze accolti finora e circa 800 quelli attualmente in percorso).
"Nel tempo dell'intelligenza artificiale e della realtà virtuale – ha affermato Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio - diventa sempre più necessaria la centralità dell'uomo. Un uomo che utilizza le nuove tecnologie, ma non ne viene utilizzato. Ecco perché il Premio Eccellenza, che riconosce il valore delle capacità manageriali e imprenditoriali, ha un significato di particolare rilevanza. E nello stesso tempo indica la via di uno sviluppo delle imprese solido e sostenibile".

“L’economia della Lombardia nell’epoca dell’AI”: nell’evento assieme a Banca d’Italia (Sede di Milano) l’aggiornamento dell’indagine di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza





Robot umanoidi? L’83% delle imprese dice no

Il 56% delle imprese del terziario milanesi usa l'intelligenza artificiale ma per oltre i due terzi (il 74%) mancano ancora le competenze. È il principale ostacolo. Lo rivela l'indagine di aggiornamento «Quali cambiamenti con l'AI» condotta nei giorni scorsi da Confcommercio Milano (589 risposte fra imprese e privati) e i cui dati, elaborati dal Centro Studi, sono stati illustrati ieri nella sede di corso Venezia. L'AI viene sempre più usata, c'è un salto del + 28% rispetto al 2023 e prevale la fiducia (per il 61%). Nei prossimi 12 mesi l'intelligenza artificiale in azienda aumenterà (80%) e per il 67% degli operatori gli investimenti cresceranno fino al 30%. Viene usata per attività specifiche (40%) e il principale indiscusso vantaggio è il risparmio di tempo (indicato dall'86%). Si ricorre all'AI per la creazione e contenuti testi/immagini (63%), marketing e comunicazione (58%), analisi ed elaborazione dati (48%), ricerca informazioni (41%). Cosa si teme di più? I possibili errori, le informazioni inesatte (68%), la mancanza di controllo dei risultati (30%), le implicazioni per privacy e trattamento dei dati (26%). E solo il 17% è disponibile nei lavo-

L'indagine
Vincono gli umani

L'APPELLO DI CONFCOMMERCIO

Rivoluzione digitale «Serve più formazione»

L'intelligenza artificiale entra nelle imprese milanesi, ma a frenare la corsa sono le competenze. Il 56% delle aziende la utilizza, il 28% in più rispetto al 2023, ma per il 74% degli operatori la mancanza di professionalità interne è il principale ostacolo. È la fotografia scattata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con un'indagine presentata insieme a Banca d'Italia. La fiducia nei risultati raggiunge il 61%, mentre il risparmio di tempo è il vantaggio più apprezzato (86%). Le prospettive sono di ulteriore diffusione: metà degli operatori prevede un maggiore ricorso all'AI nei prossimi dodici mesi, mentre il 67% stima una crescita degli investimenti fino al 30%. «È fondamentale investire nella formazione», sottolinea il segretario generale Marco Barbieri.

Intelligenza artificiale: la usa il 56% delle imprese Ma per oltre i due terzi (74%) mancano ancora le competenze

Alcune foto di Federico Giusti

Il principale ostacolo all’utilizzo dell’intelligenza artificiale nelle imprese del terziario è la mancanza di competenze interne (segnalata dal 74% dei rispondenti): emerge dall’indagine di aggiornamento “Quali cambiamenti con l’intelligenza artificiale” condotta da Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza (589 risposte fra imprese e privati) e i cui dati – elaborati dal Centro Studi - sono stati illustrati nell’evento “L’economia della Lombardia nell’epoca dell’AI”, l’appuntamento di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza con Banca d’Italia (Sede di Milano) a Palazzo Bovara, il Circolo del commercio della Confcommercio milanese.





Le rilevazioni di Banca d’Italia sull’andamento dell’economia lombarda e l’applicazione dell’AI

Lo scenario di sviluppo dell’intelligenza artificiale si inserisce, secondo le rilevazioni di Banca d’Italia, in un contesto di moderata crescita dell’economia lombarda: 1,1% nel primo semestre 2026 con un aumento degli occupati dell’1,1% (sul corrispondente periodo 2025) e un tasso di disoccupazione sceso al 2,8%. Sempre nel primo semestre 2026 il reddito delle famiglie lombarde è cresciuto del 3,1% in valori correnti, ma in termini reali l’incremento è stato dello 0,7%.
Quasi il 60% delle imprese dichiara di aver introdotto quest’anno tecnologie di intelligenza artificiale generativa, ma sono ancora poco frequenti i casi di utilizzo diffuso nella produzione.



Hanno detto

"Le stime effettuate dai ricercatori della Sede di Milano della Banca d'Italia collocano la crescita dell'economia della Lombardia attorno all'1 per cento nel primo semestre del 2026. All'espansione – *ha spiegato* ***Giorgio Gobbi****, Direttore della Sede di Milano della Banca d'Italia* - hanno contribuito l'accelerazione dei consumi e delle esportazioni. La produzione manifatturiera è aumentata, in particolare nei segmenti della meccanica e dell'elettronica, che hanno beneficiato della domanda connessa con il processo di innovazione tecnologica. Il settore dei servizi ha continuato a fornire impulso alla crescita: più forte nel comparto informatico e in quello dell'offerta di servizi alle imprese.
La crescita degli investimenti è rimasta contenuta. Una quota rilevante di imprese ha destinato risorse all'innovazione tecnologica, anche con l'obiettivo di ridurre i consumi energetici. Sta avanzando l'introduzione delle tecnologie dell'intelligenza artificiale, il cui utilizzo è ancora nella maggior parte dei casi a livello sperimentale; sono ancora poco frequenti i casi di utilizzo diffuso nei processi produttivi".

"L'intelligenza artificiale – *ha affermato* ***Marco Barbieri***, *Segretario generale di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza* - è ormai un fattore strategico per lo sviluppo economico e la competitività delle imprese. I dati della nostra indagine confermano una trasformazione già in atto: in soli tre anni la quota di imprese che utilizza l'AI è arrivata al 56%. Una crescita che dimostra come questa tecnologia costituisca una leva concreta di innovazione, produttività ed efficienza. La sfida, oggi, è fare in modo, che questa trasformazione coinvolga tutto il sistema economico: a partire dalle piccole e medie imprese che costituiscono l'ossatura della nostra economia. Per questo è fondamentale investire nella formazione e nelle competenze, che restano il principale ostacolo alla diffusione dell'AI, come emerge chiaramente anche dall'indagine, e accompagnare le imprese nell'integrazione delle nuove tecnologie".

"La velocità di sviluppo dell'AI configura quello attuale – *ha argomentato* ***Guido Di Fraia****, Founder IULM AI LAB. Membro del Board Innovazione per l'Intelligenza Artificiale* - come un passaggio di fase: la maggior parte delle imprese utilizza l'AI per ottimizzare processi già definiti, mentre l'AI generativa e soprattutto quella agentiva aprono la possibilità di riprogettare i flussi di lavoro e i modelli organizzativi. Per coglierne il potenziale, le imprese dovranno investire nella formazione, anche e soprattutto quella manageriale, e ripensare la propria organizzazione. Solo in questo modo l'AI potrà acquisire il suo ruolo elettivo di nuovo fattore produttivo capace di ridefinire i processi ed esprimere tutto il suo valore 'rivoluzionario' come a suo tempo è stato per l'elettricità".


CONFCOMMERCIO

Intelligenza artificiale
Ok dal 56% delle aziende
ma serve più formazione
per usarla al meglio


l'osservatorio lombardo

La corsa all'adozione dell'Ai avanza lenta, ma chi la prova non torna indietro

L'indagine di Confcommercio Milano: in un anno solo due punti in più, dopo il raddoppio dal 2023. Un'impresa su cinque non la introdurrà

metà di quel 44% che oggi ne fa a meno. E anche dove è entrata, l'AI resta per lo più confinata ad attività specifiche (40%): creazione di testi e immagini (63%), *marketing* e comunicazione (58%), analisi dei dati (48%), ricerca di informazioni (41%). Il vantaggio riconosciuto da quasi tutti è il risparmio di tempo,

se si informa con assistenti virtuali, quattro punti in più del 2025, a un passo dai *social network*, scesi al 31%. La televisione resta il primo canale, con il 49%.
Il quadro tracciato dalla Banca d'Italia va nella stessa direzione. Tra le imprese lombarde con almeno 20 addetti quasi il 60% dichiara di

Intelligenza artificiale sempre più usata…. Il 56% usa l'intelligenza artificiale in azienda (+ 28% rispetto al 2023) e sui risultati prodotti dagli strumenti AI prevale la fiducia (per il 61%). Nei prossimi 12 mesi l'intelligenza artificiale in azienda aumenterà (50%) e per il 67% degli operatori gli investimenti in intelligenza artificiale cresceranno fino al 30%.

…ma in che modo? L'intelligenza artificiale è soprattutto utilizzata per attività specifiche (40%) e il principale indiscusso vantaggio con il suo uso è il risparmio di tempo (indicato dall'86%). Per cosa si usa l'AI nelle attività del terziario (risposta multipla)? Per creazione e contenuti testi/immagini (63%), marketing e comunicazione (58%), analisi ed elaborazione dati (48%), ricerca informazioni (41%). Per il 40% delle imprese l'intelligenza artificiale è utilizzata per alcune attività specifiche.

In cosa, invece, non ci si fida dell'AI. Cosa si teme di più, invece, nell'utilizzo dell'AI (risposta multipla)? I possibili errori, le informazioni inesatte (68%), la mancanza di controllo dei risultati (30%), le implicazioni per privacy e trattamento dei dati (26%).

Intelligenza artificiale sì, robot umanoidi ancora no. Tra le imprese, il 17% si dichiara disponibile a introdurre robot umanoidi, almeno per specifiche attività. Il 53% non li considera adatti alla propria attività, mentre il 30% preferisce mantenere il lavoro svolto da persone.

AI e informazione, crescono gli assistenti virtuali, ma la televisione resta il primo canale. Tra le imprese, il 30% utilizza assistenti virtuali basati sull'AI per informarsi, 4% in più rispetto al 2025. Un valore ormai vicino a quello dei social network (31%). La televisione rimane comunque il primo canale informativo per le imprese (49%, +7%), seguita dai quotidiani online (46%, +4%).





Paolo Ferrè (a sinistra), consigliere incaricato per Credito e Finanza di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e Pierluigi Monceri, direttore regionale Milano, Monza e Brianza della Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo per la firma e la stretta di mano dell'accordo

L'accordo fra Intesa Sanpaolo e Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza

I vantaggi per gli associati





Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza, Paolo Ferrè, hanno sottoscritto l'accordo per favorire lo sviluppo delle piccole e piccolissime imprese del commercio, turismo e artigianato nei territori di Milano, Lodi, Monza Brianza e delle rispettive province. L'intervento mette a disposizione delle imprese lombarde 4 miliardi di euro per nuovi finanziamenti in innovazione, digitalizzazione e riqualificazione, oltre ad agevolazioni sui sistemi di pagamento digitali con l'azzeramento delle commissioni per importi fino a 20 euro effettuati

Il direttore regionale Milano, Monza e Brianza della Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo, Pierluigi Monceri, e il consigliere incaricato per Credito e Finanza di

Hanno detto

Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza: "Per i nostri territori l'accordo con Intesa Sanpaolo è di grande importanza. E' un aiuto concreto per le imprese a restare competitive sul mercato. Voglio, in particolare, sottolineare un punto. Con quest'accordo, Intesa Sanpaolo viene incontro a un'esigenza fortemente sentita dai nostri operatori: l'azzeramento dei costi nei micropagamenti digitali a carico delle imprese. Per le attività associate a Confcommercio, non ci sono infatti più commissioni per gli importi fino a 20 euro. E non è poco: complessivamente, per i nostri operatori associati, il risparmio stimato sarà intorno ai 100 milioni. E' la strada giusta da percorrere. I costi di sistema non devono pesare in modo eccessivo sulle imprese. Mi fa piacere sottolineare che con quest'accordo associarsi a Confcommercio conviene ancora di più".

Pierluigi Monceri, direttore regionale Milano, Monza e Brianza di Intesa Sanpaolo: "Con quest'iniziativa rafforziamo il nostro sostegno come Banca dei Territori alle piccole e piccolissime imprese lombarde mettendo a disposizione circa 4 miliardi di euro per accompagnarne gli investimenti in innovazione, digitalizzazione e sostenibilità. L'accordo, frutto di una collaborazione consolidata con Confcommercio, rappresenta una risposta concreta alle esigenze delle imprese del territorio, sostenendone crescita e competitività. Tra le misure previste figurano l'azzeramento delle commissioni sui micropagamenti POS fino a 20 euro e soluzioni innovative per favorire liquidità e nuovi progetti di sviluppo, confermando l'impegno della banca per l'economia reale. Si tratta di un ulteriore contributo a livello nazionale di Intesa Sanpaolo all'economia reale stimato in circa 100 milioni di euro di minori costi a beneficio dei piccoli esercenti, in 14 mesi".



con il POS fisico.
L'iniziativa rappresenta la declinazione sul territorio dell'accordo nazionale dedicato alle piccole e piccolissime imprese siglato da Intesa Sanpaolo con Confcommercio, Federalberghi e Confartigianato *(vedi Unione Informa di novembre alle pagine 2 e 3 n.d.r.)* che mette a disposizione 20 miliardi di euro di nuovo credito a livello nazionale e soluzioni dedicate ai singoli settori imprenditoriali, con nuove misure tra cui l'azzeramento delle commissioni per transazioni sotto i 20 euro per pagamenti su POS

Nuove misure per favorire liquidità e investimenti e azzeramento delle commissioni sui pagamenti POS fino a 20 euro

fisico e la presa in carico da parte della banca della quota interessi sulle rate di fine anno 2026, 2027 e 2028 dei nuovi finanziamenti.
Un nuovo impegno concreto – rileva Intesa Sanpaolo - che consentirà agli operatori commerciali di mitigare gli effetti dei rincari e contenere le spese stimando un risparmio complessivo fino a 100 milioni di euro in 14 mesi e che si inserisce nella strategia del Gruppo guidato dal ceo Carlo Messina, realizzata attraverso la Divisione Banca dei Territori diretta da Stefano Barrese, con l'obiettivo di sostenere la crescita del sistema produttivo e dei servizi nei territori.
La Lombardia è la regione italiana con la più alta concentrazione di piccole e piccolissime imprese, con circa 870.000 attività pari al 18% del totale



segue a pag. 12

segue da pag. 11

nazionale. Una centralità che si riflette anche nell'attività di Intesa Sanpaolo: nel periodo 2020-giugno 2026 alle imprese lombarde è stato destinato circa il 20% dei finanziamenti erogati dalla Divisione Banca dei Territori. L'incontro milanese con la firma dell'accordo (a Palazzo dei Giureconsulti) si è svolto nell'ambito del roadshow "Vicini a chi fa impresa ogni giorno", realizzato in collaborazione con Visa e finalizzato a rafforzare il dialogo diretto con le imprese sui territori e trasformare i bisogni locali in opportunità di sviluppo.





Tra le principali misure previste dell'accordo figurano:

- azzeramento totale delle commissioni su POS fisico per importi fino a 20 euro, condizioni agevolate sopra questa soglia sui pagamenti digitali e iniziativa dedicata sul canone del POS. Circa 3 miliardi di transazioni all'anno a livello nazionale, per un controvalore di transato di circa 40 miliardi di euro, che vede quindi un ulteriore contributo di Intesa Sanpaolo all'economia reale stimato in circa 100 milioni di euro di minori costi a beneficio dei piccoli esercenti;
- finanziamenti dedicati agli investimenti per lo sviluppo del business, la digitalizzazione e l'efficienza energetica con la nuova formula "Prima Rata Zero", che prevede l'intervento della banca sul pagamento degli interessi della prima rata per i finanziamenti fino a 50.000 euro e sulle rate di Natale 2027 e 2028; prevista inoltre la "Formula Flessibilità", che consente la sospensione della quota capitale dei finanziamenti in essere liberando liquidità a favore delle imprese.

Pagamenti fino a 20 euro: rimborso integrale delle commissioni

Con l'aggiornamento della convenzione tra Confcommercio e Intesa Sanpaolo sulle commissioni POS e i micropagamenti, la soglia entro la quale è previsto il rimborso integrale delle commissioni sui pagamenti effettuati tramite POS è salita da 10 a 20 euro.
L'agevolazione riguarda pagamenti: di importo fino a 20 euro inclusi; effettuati tramite POS fisici con carte Visa, Mastercard, BANCOMAT® e Maestro.
Il rimborso delle commissioni viene accreditato, sul conto corrente, all'inizio del mese successivo e non prevede un limite massimo complessivo.
Le imprese associate che, alla data dell'8 ottobre erano già aderenti alla precedente convenzione micropagamenti, dal 1° novembre sono passate automaticamente alla nuova convenzione senza l'effettuazione di alcuna nuova richiesta.
Grazie alla collaborazione Confcommercio-Intesa Sanpaolo, gli associati possono inoltre accedere a condizioni economiche agevolate su condizioni di conto corrente e condizioni POS, con vantaggi mirati per la gestione quotidiana del business e l'ottimizzazione dei costi operativi.



Nuova legge lombarda sull'intelligenza artificiale Federlingue: competenze e formazione al centro



Adele Nardulli, presidente Federlingue

L'intelligenza artificiale può rendere le imprese lombarde più competitive, migliorare i servizi ai cittadini e aprire nuove opportunità professionali. Ma perché questo accada non basta adottare nuove tecnologie: occorre investire nella formazione e nelle competenze specialistiche.
È questo – rileva Federlingue, l'associazione di imprese di servizi linguistici Confcommercio - uno dei principi che la nuova legge regionale lombarda, la 30/2026, valorizza puntando a rafforzare la ricerca, a promuovere l'innovazione e a favorire un utilizzo etico e responsabile dell'intelligenza artificiale, sostenendo la competitività delle imprese, la valorizzazione delle competenze professionali, la qualità del lavoro e lo sviluppo sostenibile.
Grazie al contributo di Federlingue, e al supporto di Confcommercio Lombardia, il provvedimento di Regione Lombardia riconosce espressamente (articolo 1, comma 3, lettera p) le competenze linguistiche e culturali, insieme alla consapevolezza sociale ed etica, come fattori abilitanti per lo sviluppo e l'utilizzo consapevole e responsabile dei sistemi di intelligenza artificiale.
Un riconoscimento che assume particolare importanza per il tessuto produttivo lombardo, fortemente orientato all'innovazione e ai mercati internazionali, e che apre nuove prospettive per le imprese dei servizi linguistici, per i professionisti della comunicazione e per tutte le organizzazioni che integrano l'AI nei propri processi.
"L'intelligenza artificiale può generare testi in pochi secondi, ma non per questo è in grado di garantire tutte le sfumature di una lingua, la comprensione dei contesti culturali o l'adeguatezza di una comunicazione specialistica" dichiara Adele Nardulli, presidente di Federlingue. "La vera sfida – prosegue - non è produrre sempre più contenuti con l'AI, ma produrre contenuti migliori. I modelli linguistici tendono spesso a standardizzare linguaggi e modalità espressive. Le imprese di consulenza linguistica possono invece contribuire a restituire precisione, specificità, sensibilità culturale e identità alla comunicazione aziendale. È un valore aggiunto che il mercato deve imparare a riconoscere, anche economicamente".

Il punto

Sul fisco agevolare le micropartite Iva, ma un giusto equilibrio affinché contribuiscano tutti



Bruno Villois

La flat tax scalda gli animi tra i pro e i contro. Non servono tifoserie, ma un'attenta valutazione nella sua interezza: ovvero che sia opportuna per chi, le micropartite Iva, si trova schiacciato da oneri burocratici e pressione fiscale e non può permettersi di sostenerli entrambi nella loro complessità e onerosità, pena il rischio di chiusura dell'attività; e chi viceversa da lavoratore dipendente ha garanzia più ampia e rischi limitati. Sbagliato è l'atteggiamento di una parte politica che vuole mettere a confronto il lavoratore dipendente, ritenendo che sarebbe penalizzato, con le micropartite Iva.
Al netto delle garanzie che ha contrattualmente il lavoratore dipendente, serve sempre ricordare che l'autonomo risponde con i propri beni nei confronti dei terzi e nel caso abbia sottoscritto forme di prestito, queste sono vincolate a garanzie personali, condizione che lo pone a condizioni di multipli di rischio che non necessariamente sono causati da propri errori imprenditoriali, ma da una situazione socioeconomica generale.
Quindi, ben venga che le micropartite Iva possano disporre di forme di agevolazioni fiscali a cui sarebbe bene venissero associate anche agevolazioni burocratiche che ne attenuino il rischio. A tal proposito è anche bene ricordare che oltre il 95% delle 5 milioni di partite Iva sono micro, ovvero con giri di affari sotto i 500 mila euro.
È però fondamentale che tutti corrispondano una tassazione che deve contribuire alla creazione e gestione dei servizi che le famiglie e le persone utilizzano: istruzione, salute, assistenza, trasporti e annessi, ecc.
Viceversa, purtroppo, sono ricorrenti evasione ed elusione, nonostante che poi l'evasore utilizzi ogni servizio pubblico come se le tasse le pagasse.
La flat tax è una giusta formula che consente di pagare meno tasse delle formule ordinarie, ma di pagarle. Bene, sarebbe che chi vi aderisce lo faccia con il corretto spirito, ricordandosi che un elevato numero di partite Iva fattura oltre la cifra massima consentita, anche per poche migliaia di euro, le cui tasse saranno quasi il doppio del 15% che consente la flat tax.
Il futuro del nostro Paese resta agganciato, in misura extra large, alle pmi e micro imprese, soprattutto nel terziario e servizi. Utile sarebbe che lo Stato favorisse le fusioni tra micro imprese con incentivi a fondo perso e burocrazia iper ridotta, almeno per un periodo di 3/5 anni. Imprese un po' più grandi e strutturate servono all'intero ciclo socioeconomico italiano.

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



Foto di Federico Giusti e Mattia Dognini

In Confcommercio Milano l'ottava edizione della manifestazione



Capac Politecnico del Commercio e del Turismo. Happy Natale Happy Panettone è stata patrocinata da Comune di Milano, Regione Lombardia, Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi e YesMilano. Happy Natale Happy Panettone ha proposto un ricco programma di masterclass gratuite, showcooking e degustazioni con la partecipazione di chef, pasticceri, panificatori e professionisti di vari settori. Un susseguirsi di appuntamenti, presentati da Irene Colombo (conduttrice di Sweet Home). Al termine degli appuntamenti il pubblico presente in sala



Happy Natale Happy Panettone
Con chef, pasticceri e pubblico anche il robot umanoide Quby



In Confcommercio Milano, nella Veranda e nelle sale Liberty di Palazzo Castiglioni in corso Venezia, ottava edizione di Happy Natale Happy Panettone, la manifestazione a ingresso gratuito (con registrazione) organizzata da Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza insieme ad APCI (Associazione Professionale Cuochi Italiani) con il supporto di Fondazione Fiera Milano e main partner Mulino Caputo e Whirlpool.
L'evento è stato realizzato in collaborazione con Altoga (l'Associazione nazionale torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari), ART - Arti della Tavola e del Regalo, Associazione Panificatori Milanesi (Coordinamento Filiera Agroalimentare Confcommercio MiLoMB), Epam Fipe Milano e il contributo degli allievi del

ha potuto degustare gratuitamente le preparazioni realizzate.
A Happy Natale Happy Panettone, grazie ad APCI, presente anche Quby, un robot umanoide di nuova generazione, che ha dialogato con gli chef e i pasticceri presenti e con le persone.
Ad Happy Natale Happy Panettone è stato possibile acquistare a un prezzo speciale di 35 euro i panettoni artigianali dell'Associazione Panificatori e di APCI. Erano disponibili, nel formato da 1kg, due diverse tipologie: il tradizionale milanese e la versione al cardamomo, pera, cioccolato fondente e fiocchi di sale marino. Il ricavato verrà devoluto interamente in beneficenza all'Associazione I













to concedersi una pausa scegliendo tra una fetta di panettone artigianale, un caffè di Mokito – Ambasciatori del Caffè oppure un cocktail natalizio analcolico a cura di Toschi Vignola. Abbinata ad Happy Natale Happy Panettone è tornata anche la "Mappa del Panettone tipico della tradizione artigiana milanese" realizzata da Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi.

Virgiliani – Charity partner della manifestazione - per aiutare nelle cure i quattro studenti del liceo Virgilio di Milano feriti a Crans-Montana.

In sala Pavoni è stato realizzato uno speciale spazio dedicato alla magia del Natale con una postazione photobooth a cura di Johannes aperta a tutti i visitatori, perfetta per scattarsi una foto ricordo del Natale. Presente anche una mise en place natalizia realizzata da ART – Arti della Tavola e del Regalo con Lamart, Maino Carlo, Pozzi Milano e la partecipazione di Dora Papis (art director e mise en place artist). Durante Happy Natale Happy Panettone il pubblico ha potu-

A Palazzo Turati (Camera di Commercio) il Comitato Promotore MilanoAI ha illustrato alle istituzioni il Progetto Radegonda





Milano ha presentato a Governo e Parlamento la candidatura a sede di un nuovo pilastro Onu per la governance etica dell'intelligenza artificiale

Il Comitato Promotore MilanoAI ha presentato alle istituzioni a Palazzo Turati (Camera di Commercio) la candidatura di Milano a sede di un nuovo pilastro delle Nazioni Unite dedicato alla valutazione indipendente e alla governance etica dell'intelligenza artificiale. L'incontro è stato promosso da American Chamber of Commerce in Italy (AmCham Italy), Assolombarda e Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza che a ottobre hanno firmato il Manifesto pubblico *(vedi Unione Informa di novembre alle pagine 6 e 7 n.d.r.).*



Sono, fra gli altri, intervenuti il presidente di Confcommercio (e Camera di Commercio) Carlo Sangalli; Stefano Lucchini, presidente di AmCham Italy; Alvise Biffi, presidente di Assolombarda. Simone Crolla, consigliere delegato di AmCham Italy, ha presentato il progetto. Saluto istituzionale del presidente del Senato Ignazio La Russa mentre per il Governo è intervenuto il senatore Alessio Butti, sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio con delega all'Innovazione tecnologica. Monsignor Vincenzo Paglia, presidente emerito della Pontificia Accademia per la Vita, ha tenuto lo Special Address





Il vuoto da colmare

Le Nazioni Unite hanno istituito con la Risoluzione A/RES/79/325 il Panel scientifico internazionale indipendente sull'intelligenza artificiale e il Dialogo globale sulla governance dell'AI, che tornerà a riunirsi a New York il 3 e 4 maggio 2027. A Valencia lavora il laboratorio Onu sull'interoperabilità tra i quadri di governance, mentre Ocse e Unesco dispongono già di strumenti per la segnalazione degli incidenti e per la valutazione d'impatto etico. La rete internazionale degli istituti di valutazione riunisce una decina di Paesi, fuori dall'Onu. Ciascuno svolge un compito preciso. Nessuno offre però, in sede Onu, metodi di valutazione dei sistemi comparabili tra Paesi e accessibili ai 193 Stati membri.
È la stessa esigenza espressa dall'appello per il controllo dei modelli AI di frontiera, lanciato a New York dal presidente finlandese Alexander Stubb e dal primo ministro norvegese Jonas Gahr Støre e sostenuto oggi da 34 leader di 32 Paesi, tra cui Francia, Germania, Spagna, Canada e la Commissione europea. L'appello chiede alle imprese test prima del rilascio e valutazione indipendente, ai governi di garantire a tutte le regioni del mondo l'accesso a una valutazione affidabile, cioè il servizio che Milano propone, e agli Stati membri dell'Onu di esplorare una nuova istituzione internazionale.

Sangalli: candidatura che mette Milano di nuovo al centro dell'interesse globale



"Con la presentazione alle Istituzioni, la candidatura di Milano come sede di un nuovo pilastro Onu per la governance etica dell'AI fa un importante e decisivo passo in avanti – *ha dichiarato* ***Carlo Sangalli,*** *presidente di Confcommercio e della Camera di Commercio* – E' una candidatura molto ambiziosa e sfidante che ha un valore intrinseco perché mette di nuovo la nostra città al centro dell'interesse globale. È una candidatura utile perché la governance etica della AI è fondamentale per monitorare questa super tecnologia in continua evoluzione. L'obiettivo è che in ogni ambito della società sia sempre l'uomo a controllarla e non il contrario. E questo vale in particolare per il sistema delle imprese che già utilizza la AI e in futuro è destinato a cambiamenti sempre più radicali. Una AI generativa che non dovrà però mai essere sostitutiva dell'uomo".

Mozione bipartisan in Parlamento

Al Parlamento i promotori della candidatura hanno chiesto una mozione condivisa da maggioranza e opposizione, alla Camera e al Senato, che dia al Governo un mandato chiaro.

Un pilastro che misura e non regola

Il Comitato propone che il pilastro di Milano si concentri nel primo anno su quattro funzioni che oggi nell'Onu non hanno una sede. La prima riguarda i metodi e le misure di valutazione, con una biblioteca pubblica di protocolli di prova comparabili tra istituti nazionali, laboratori e valutatori indipendenti. La seconda porta l'etica e i diritti fondamentali dentro la valutazione, integrando gli strumenti dell'Unesco nei test tecnici. La terza forma valutatori e regolatori dei Paesi che non hanno un istituto nazionale, in raccordo con le sedi Onu di Torino e Roma. La quarta offre al Panel e al Dialogo un'unità di supporto tecnico, sul modello dell'IPCC e su richiesta delle Nazioni Unite.
Il pilastro non ha poteri normativi, autorizzativi o sanzionatori, non fissa standard tecnici e non convoca il Dialogo globale. Non avrebbe costi per il bilancio ordinario delle Nazioni Unite.











"Algoretica: la persona al centro della governance dell'AI". L'appuntamento ha avuto più sessioni con numerosi altri interventi da parte di rappresentanti politico-istituzionali, dell'università e del mondo imprenditoriale.

"Lo abbiamo chiamato Progetto Radegonda – ha ricordato Simone Crolla, consigliere delegato di AMCham Italy - dalla centrale che nel 1883 accese la Scala con la tecnologia di Edison. Milano può essere di nuovo la porta da cui il futuro entra in Europa. L'architettura delle Nazioni Unite per l'intelligenza artificiale oggi esiste. C'è il Panel scientifico, c'è il Dialogo globale, c'è il laboratorio di Valencia. Manca una cosa sola, una casa internazionale in cui i metodi della valutazione indipendente diventino patrimonio di tutti gli Stati, anche di quelli che non hanno un istituto nazionale. Milano – ha proseguito - non chiede un'agenzia in più e non propone nuove regole. Propone di misurare, con criteri condivisi, ed è per questo che la proposta parla tanto a Bruxelles quanto a Washington".

Quattordicesima Convention annuale in provincia di Cremona



Accesso al credito delle pmi
L'impegno di Asconfidi Lombardia

Al Relais Convento di Persino Dosimo, in provincia di Cremona, la quattordicesima edizione della convention annuale di Asconfidi Lombardia, Confidi iscritto nell'Albo unico degli Intermediari Finanziari ai sensi dell'articolo 106 del Testo Unico Bancario. Oltre ai dati ed alle prospettive operative dell'intermediario finanziario, è stato dato grande risalto alla nuova misura agevolativa del Fondo di Garanzia Lombardia, strumento regionale che mette a disposizione una dotazione finanziaria di 20 milioni di euro destinata a facilitare l'accesso al credito per imprese e lavoratori autonomi del territorio lombardo (per imprese e professionisti interessati: *segreteria@asconfidi.it* - tel. 0276319185).



"Il nostro modello costituisce un 'unicum' nel panorama finanziario nazionale – ha affermato Carlo Alberto Panigo, presidente del Consiglio di Sorveglianza di Asconfidi Lombardia - con una diffusa presenza territoriale e una naturale predisposizione all'affiancamento dei piccoli imprenditori, garantita dai nostri 10 Confidi-soci e un Confidi vigilato al centro della Regione che assicura la massima espressione delle garanzie mutualistiche e la più ampia ottimizzazione di capitale per le banche con noi convenzionate. Siamo operativi dal 2010 con questo modello, ne siamo estremamente soddisfatti e vogliamo ancora crescere nei territori lombardi e delle regioni confinanti, sempre a supporto della finanza di base delle pmi".

"Confidi come reale strumento di politica economica" – ha commentato Paolo Ferrè, vicepresidente del Consiglio di Sorveglianza di Asconfidi Lombardia e presidente di Fidicomet SCARL, il Fondo di garanzia fidi di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza, Confidi-socio operativo anche su Cremona all'interno della rete di Asconfidi Lombardia - Regione Lombardia rafforza in modo significativo il proprio impegno a sostegno del tessuto economico locale (con l'approvazione della D.G.R. n. XII/6951 del 19 ottobre) e ribadisce la centralità del ruolo dei Confidi a sostegno dell'accesso al credito delle pmi".

"Determinante riportare valore all'impresa" - ha afferma Enzo Ceciliani, presidente del Consiglio di Gestione di Asconfidi Lombardia - In uno scenario di forte cambiamento del sistema bancario, l'accesso al credito per le micro e piccole imprese risulta essere sempre più difficoltoso. In tale contesto, il ruolo dei corpi intermedi, tra i quali i Confidi spiccano per la loro funzione tecnica, assume un'importanza ancora maggiore; la mission di Asconfidi e della sua rete è quella di riportare valore reale alle imprese. Anche per questo motivo, ringraziamo Regione Lombardia che, con il recente decreto relativo al Fondo di Garanzia Lombardia, ha voluto contribuire in maniera significativa al raggiungimento di tale obiettivo".
Dal vicepresidente di Confcommercio Cremona Marco Stanga (consigliere delegato di Fidicomet SCARL) ringraziamento all'assessore regionale Guido Guidesi per l'attenzione riservata alle imprese che hanno subito danni causati dal maltempo.

Nuove risorse regionali con il Fondo di Garanzia Lombardia



***Nelle foto l'intervento di Carlo Alberto Panigo, presidente del Consiglio di Sorveglianza di Asconfidi Lombardia** (foto 1), **primo piano durante l'intervento di Paolo Ferrè, vicepresidente del Consiglio di Sorveglianza di Asconfidi Lombardia e presidente di Fidicomet SCARL** (foto 2) **e il pubblico presente alla Convention di Asconfidi Lombardia** (foto 3)*

Il podcast di Impresa Cultura Italia-Confcommercio tornato tra informazione, musica, serie tv e creatività d'impresa





I cinque protagonisti di "Cooltissimo Podcast": Alice Mentana** (foto 1), **Daniele Rampello** (foto 2), **Chiara Sbarigia** (foto 3), **Silvia Villoresi** (foto 4), **Andrea Pontiroli** (foto 5), **intervistati da Mattia Dognini e Giulia Favero

La quarta stagione di "Cooltissimo Podcast"

Torna "Cooltissimo Podcast", il progetto di Impresa Cultura Italia-Confcommercio che racconta la cultura attraverso chi la crea e chi la vive. Cinque nuovi episodi, condotti da Giulia Favero e Mattia Dognini, per esplorare le trasformazioni dell'informazione, della musica, dell'audiovisivo e della creatività d'impresa: tra nuovi linguaggi, innovazione e comunità.
Protagonisti della quarta stagione sono Alice Mentana, ceo di Open Group, impegnata nel mondo dell'editoria e dell'informazione; Daniele Rampello, fondatore e ceo di Rampello & Partners; Chiara Sbarigia, presidente di APA – Associazione Produttori Audiovisivi; Silvia Villoresi, conosciuta sui social come Hyper Silvia, che racconta la filosofia attraverso la musica contemporanea; e Andrea Pontiroli, tra i fondatori di Santeria e Circolo Magnolia.
Cinque conversazioni che attraversano mondi diversi, accomunati dalla capacità di innovare, sperimentare nuovi linguaggi e trasformare la cultura in un'occasione di crescita, non soltanto individuale, ma anche economica e sociale.
La nuova stagione arriva in un momento di crescita dei consumi culturali. Secondo l'Osservatorio sulle esperienze culturali in Italia, realizzato da Impresa Cultura Italia-Confcommercio in collaborazione con SWG, nel 2026 la spesa media mensile delle famiglie italiane per la cultura raggiunge 108 euro, rispetto ai 94 euro del 2025, avvicinandosi ai 113 euro registrati nel 2019.





Cambiano anche le modalità con cui gli italiani vivono e consumano cultura. Guardare programmi televisivi, film e serie tv (92%) e ascoltare musica (87%) si confermano tra le attività più diffuse, mentre il 51% degli italiani è andato al cinema, il 49% ha visitato musei, mostre o siti archeologici e il 35% ha assistito a concerti dal vivo. Si consolida anche la diffusione dei podcast: il 38% degli italiani dichiara di averne ascoltato almeno uno dall'inizio dell'anno, contro il 36% rilevato a dicembre 2025.
Un segnale dell'interesse per forme di racconto capaci di accompagnare il pubblico nella scoperta di nuovi temi, protagonisti e punti di vista. La crescita dei consumi culturali conferma il valore di un settore che non rappresenta soltanto una componente del tempo libero, ma anche un motore di sviluppo, occupazione e coesione sociale. Un ecosistema di imprese, professionisti e attività che contribuisce all'attrattività dei territori, alla vitalità delle città e alla qualità della vita delle persone.



Dove ascoltare e guardare Cooltissimo Podcast

La quarta stagione di "Cooltissimo Podcast" è disponibile gratuitamente in formato audio e video sulle principali piattaforme:

- **Spotify**: *https://open.spotify.com/show/5RiaWWCDTHPWfJm1yUDLfL*
- **Apple Podcasts**: *https://podcasts.apple.com/it/podcast/cooltissimo-podcast/id1814658182*
- **Amazon Music**: *https://music.amazon.com/podcasts/3814c4b1-8a7d-4da5-aa3d-9c570ae85315/cooltissimo-podcast*
- **YouTube**: *https://www.youtube.com/@ImpresaCulturaItalia*

In Confcommercio Milano il convegno "Città vive, territori forti - Il ruolo dei Distretti del commercio tra economia, comunità e rigenerazione urbana"





Foto dell'evento di Confcommercio Lombardia sui Distretti del commercio di Federico Giusti

Distretti del commercio modello virtuoso promosso dal 75% delle imprese

I dati dell'indagine Format Research per Confcommercio Lombardia

In Confcommercio Milano il convegno, organizzato da Confcommercio Lombardia, "Città vive, territori forti - Il ruolo dei Distretti del commercio tra economia, comunità e rigenerazione urbana" con il confronto tra i protagonisti dei Distretti del commercio. All'iniziativa, con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Guido Guidesi (in quasi vent'anni Regione Lombardia, con 8 bandi, ha stanziato per i Distretti del commercio 229 milioni di euro), il presidente dell'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI) Lombardia Mauro Guerra e i protagonisti della vita dei Distretti del commercio, formule di partenariato pubblico-privato che assegnano all'economia di prossimità il ruolo di perno dello sviluppo dei centri urbani. Un ruolo che al convegno è stato approfondito sotto diversi profili – sociologico, di marketing territoriale e di rigenerazione urbana – grazie al contributo di tre accademici: Mauro Magatti, Luca Zanderighi e Luca Tamini. A restituire il punto di vista delle imprese, invece, la ricerca "I Distretti del commercio: competitività e crescita del territorio", realizzata da Format Research per Confcommercio Lombardia su 900 imprese: il 75% ha espresso un giudizio positivo sui Distretti del commercio e il 26% ha dichiarato di aver registrato un aumento dei ricavi grazie alle iniziative connesse ai Distretti.





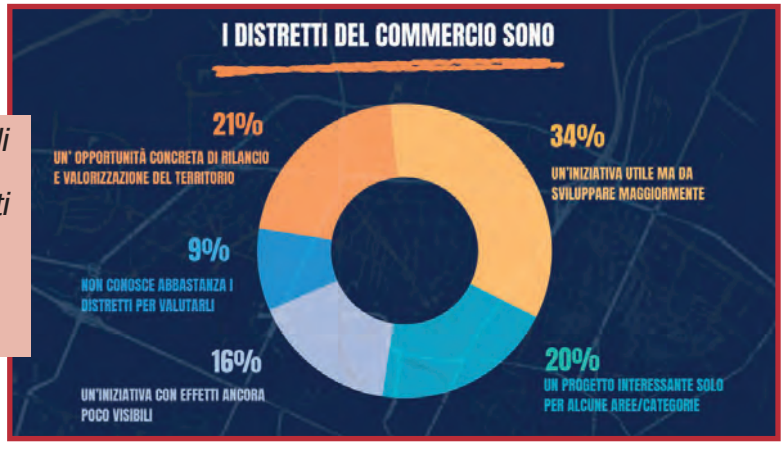
Il 73% delle imprese conosce i Distretti del commercio, soprattutto grazie a Confcommercio (18%) e Comuni (14%), e il 55% è consapevole di esserne

all'interno. Conoscenza che si trasforma in partecipazione per il 30% del campione, mosso soprattutto dalla possibilità di aumentare la propria visibilità, dall'opportunità di accesso a fondi per investire sull'attività e dal senso di appartenenza al territorio. A frenare la partecipazione, alla quale non è interessato soltanto l'8% delle imprese, il timore della burocrazia e le difficoltà legate a tempo, personale e risorse. Oltre che sulla propria impresa, gli imprenditori sono consapevoli degli effetti dei Distretti del commercio sul territorio, soprattutto su tre temi specifici: collaborazione tra attori locali, sviluppo economico e attrattività. Non solo; riconoscono il contributo della formula dei Distretti del commercio anche per il miglioramento degli spazi pubblici, la sicurezza e la mobilità.









Per rafforzarli chiesti bandi più accessibili, maggiore coinvolgimento nei progetti e percorsi formativi su marketing, gestione aziendale e relazione con il cliente

Per rafforzare l'efficacia dei Distretti del commercio, le imprese chiedono bandi più accessibili, maggiore coinvolgimento nei progetti e percorsi formativi su marketing, gestione aziendale e relazione con il cliente. (NM)







Il caro affitti fa scappare pure i nidi
Già dieci chiusi nel Municipio uno

Allarme di Assonidi: strutture private e convenzionate a rischio, i prezzi sono insostenibili e i gestori fuggono in provincia...

(...) zona Porta Venezia, dove il prossimo luglio, al termine dell'anno scolastico, abbasserà definitivamente le serrande il Melo di Plinio, in via Plinio. Anche in questo caso, la titolare Elena ha dovuto arrendersi all'impossibilità di far quadrare i conti con il caro affitti. Una resa che ricalca quanto ricostruendo un epilogo che ha il sapore della beffa oltre che del danno economico. «È stato un massacro. Non ho recuperato nulla degli arredi. Avevo quattro educatrici, tre a tempo indeterminato, di cui due in maternità: non avendo potuto dare il preavviso necessario, ho dovuto corrispondere tutte le mensilità più il ticket di disoccupazione. Il proprietario mi ha riconosciuto 40mila euro di indennità, ma sono andati tutti in tasse».
Un'esperienza amara, aggravata dall'assenza di tutele per chi fa impresa nel sociale. «Oltre al dispiacere di vedere venticinque anni di lavoro e un'attività che funzionava benissimo buttati all'aria – prosegue Marina – mi sono ritrovata senza lavoro. Dal Comune mi avevano chiamata per chiedermi di trovare una soluzione, perché da me venivano soprattutto i lattanti, la fascia più delicata. Il proprietario mi aveva proposto di acquistare i muri, ma mi ha chiesto 700mila euro. Se non hai capitali enormi alle spalle, è impossibile. Non so



Il caro affitti sfratta gli asili L'allarme di Assonidi

Il caro immobili colpisce anche gli asili nido. Nelle zone centrali e semicentrali di Milano i gestori fanno i conti [illegible] sostenere. [illegible] decide di [illegible] al gestore [illegible], in cen- [illegible] può ar- [illegible], a tre o [illegible] di euro. [illegible] la propria [illegible]micamen- [illegible]di rischia- [illegible]rire in pe- [illegible]attività. A lanciare l'allarme è Assonidi, associazione asili nido e scuole dell'infanzia privati che aderisce a Confcommercio Milano. Ogni chiusura «riduce i posti disponibili e impoverisce la varietà dei progetti pedagogici tra i quali le famiglie possono scegliere. Si perde anche una parte dell'offerta di servizi che i nidi privati affiancano a quelli comunali, con orari di ingresso e uscita spesso più flessibili e calendari che, in alcuni casi, prevedono l'apertura anche durante le pause del calendario educativo comunale. Per chi lavora su turni, ha orari poco prevedibili o deve fare i conti con lunghi spostamenti, poter contare su questa flessibilità può fare la differenza nella scelta del nido.
"Quando un nido lascia un quartiere, le famiglie perdono posti, possibilità di scelta educativa e un servizio che le aiuta a conciliare i tempi di lavoro con quelli della cura" sottolinea Assonidi. "Una Milano a misura di bambino si costruisce anche mantenendo i nidi vicino a dove le famiglie vivono e lavorano, con orari e giorni di apertura che tengano conto dei ritmi della città. Da tempo l'offerta privata ha saputo accompagnare l'evoluzione di Milano, adattandosi alle esigenze di una città dinamica e internazionale. Oggi dobbiamo evitare che il costo degli immobili comprometta questa presenza. Quando un nido chiude, non scompare soltanto un'attività imprenditoriale: si riduce la capacità della città di rispondere ai bisogni delle famiglie". Assonidi chiede al Comune di Milano di aprire un confronto con i gestori per individuare i quartieri più esposti e verificare la disponibilità di immobili pubblici da destinare ai servizi per l'infanzia con canoni sostenibili. L'obiettivo è avviare una riflessione più ampia sulla sostenibilità e sulla distribuzione territoriale dei servizi educativi, riconoscendo il valore sociale e di interesse pubblico dell'offerta privata, complementare a quella comunale. Occorre trovare soluzioni prima che la scadenza di un contratto d'affitto o la vendita dei locali privi un quartiere di un servizio educativo.

Il caro immobili spinge i nidi fuori dal cuore di Milano
Assonidi: a rischio posti e servizi per le famiglie

A Milano il caro immobili colpisce anche gli asili nido denuncia Assonidi, l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati. Nelle zone centrali e semicentrali della città i gestori fanno i conti con canoni di locazione sempre più difficili da sostenere. Se il proprietario decide di vendere e propone al gestore di acquistare i locali, in centro il prezzo richiesto può arrivare, in alcuni casi, a tre o quattro milioni di euro. Quando restare nella propria sede diventa economicamente insostenibile, i nidi rischiano di doversi trasferire in periferia o cessare l'attività.
Il rischio è che il caro immobili finisca per espellere dai quartieri centrali anche servizi educativi essenziali per le famiglie. Ogni chiusura riduce i posti disponibili e impoverisce la varietà dei



APPELLO AL COMUNE: SERVONO NUOVI SPAZI
Assonidi: costi immobiliari troppo alti in città
Molti complessi rischiano di dover chiudere

L'impennata dei valori immobiliari e dei canoni di locazione spinge gli asili nido fuori dal cuore di Milano, mettendo a rischio la tenuta dell'offerta educativa nei quartieri centrali e semicentrali della città. A lanciare l'allarme è Assonidi, che chiede a Palazzo Marino l'apertura di un tavolo di confronto per tutelare un servizio ri- [illegible] mila

L'Associazione chiede al Comune un confronto per salvaguardare l'offerta educativa nei quartieri centrali e semicentrali

Confcommercio
Assonidi
Associazione Asili Nido e Scuole dell'Infanzia Privati



Riciclo, materia, nuove opportunità per la filiera. Consorzio REC modello di riferimento



"L'Edilizia è circolare" Il 43° Meeting Associativo di Federcomated Milano

In Confcommercio Milano 43° Meeting Associativo di Federcomated Milano "L'Edilizia è circolare. Riciclo, materia, nuove opportunità per la filiera".
Il confronto ha mostrato come la circolarità in edilizia sia già un mercato e un'opportunità concreta per le rivendite edili. Nella relazione del presidente Giuseppe Freri si è letta la circolarità anzitutto come un modo di pensare le relazioni lungo la filiera. Non più una linea dalla produzione al cantiere, ma una rete in cui informazioni, competenze e responsabilità si incontrano. Per anni è stata descritta la filiera come una linea: produzione, distribuzione, cantiere.
Un'economia circolare non funziona così. Ha bisogno che le informazioni tornino indietro, che le competenze appunto si incontrino, che le responsabilità siano coordinate.
I numeri dicono che il tempo è maturo. Secondo i dati Ispra richiamati dal Cresme Ricerche Spa, il settore genera circa 90 milioni di tonnellate di rifiuti l'anno, ma solo il 7% dei rifiuti da demolizione torna nel calcestruzzo strutturale. Lorenzo Bellicini, direttore del Cresme, ha illustrato un mercato in profonda trasformazione e sempre più polarizzato. Ha richiamato anche il ruolo dei nuovi Criteri Ambientali Minimi (I nuovi CAM, in vigore da febbraio), che fissano quote minime di materiale recuperato e stanno riscrivendo le regole del mercato.
Nella tavola rotonda il Consorzio REC è stato indicato come modello di riferimento. Le rivendite aderenti diventano punti di raccolta selettiva dei rifiuti da costruzione e demolizione. Il Consorzio conta oggi 72 soci, ha visto crescere del 1.900% le quantità raccolte dall'avvio dell'attività e aprirà nuovi centri in Lombardia con il progetto ReCircular, cofinanziato da Regione Lombardia che ha ricordato come il riciclato debba essere affidabile, certificato e competitivo. Serve qualcuno che lo garantisca e ne promuova l'uso. (VP)



Alcune foto di Federico Giusti







Distribuzione automatica
Agli Stati Generali del Vending le difficoltà del comparto
Confida: ecco gli interventi richiesti

Associazione Italiana Distribuzione Automatica



Massimo Trapletti, presidente Confida

Il vending italiano non ha ancora recuperato i livelli precedenti alla pandemia. Nel 2019 il settore registrava 4,9 miliardi di consumazioni, scese a 3,7 miliardi nel 2025 (-24,9%). Nei primi otto mesi del 2026 il trend è rimasto negativo, con 2,378 miliardi di consumazioni tra gennaio e agosto, lo 0,5% in meno rispetto allo stesso periodo del 2025, nonostante due giorni lavorativi in più. Nello stesso periodo, inoltre, il parco macchine attive sul territorio nazionale è diminuito del 2,7%, passando da 757 mila a 737 mila unità.

La crisi arriva all'industria delle vending machine Made in Italy: vendite -45% e concorrenza asiatica

La flessione dei consumi si ripercuote sull'intera filiera: nel 2019 erano state vendute in Italia 49.802 nuove vending machine scese a 27.453 nel 2025, circa il 45% in meno. Un dato allarmante per una produzione fortemente orientata ai mercati internazionali: circa il 70% delle vending machine Made in Italy, infatti, viene esportato. Alla debolezza della domanda interna si aggiunge anche la crescente pressione dei produttori asiatici che, in alcuni casi, sono in grado di vendere le proprie macchine anche a prezzi inferiori del 30% rispetto a quelle italiane, spesso grazie al mancato rispetto delle normative comunitarie in materia di efficienza energetica, gas refrigeranti, marcatura CE e proprietà industriale.
"Non chiediamo di chiudere i mercati, ma condizioni di concorrenza realmente eque, con controlli efficaci sui prodotti che entrano in Europa – ha commentato Massimo Trapletti, presidente di Confida - È assurdo che quando un imprenditore italiano vuole esportare i propri macchinari all'estero sia sottoposto a rigorosi controlli tecnici sulle macchine mentre per un imprenditore extra europeo sia sufficiente un'autocertificazione. Chiediamo che la marcatura CE, che oggi è un'autocertificazione, diventi una certificazione prevedendo veri e propri test di laboratorio realizzati da un ente esterno indipendente. Riteniamo, inoltre, che sia necessario rendere economicamente conveniente il ritorno in Europa della produzione e dell'acquisto di componentistica introducendo un Contributo Europeo di Riequilibrio Industriale proporzionato al valore dei componenti importati da Paesi extra-UE e montati nelle attrezzature vendute in Europa. E destinando tali risorse a un Fondo per ridurre la contribuzione del costo del lavoro, sostenere innovazione e investimenti e ricostruire le filiere industriali europee che sono state dismesse".

Concessioni pubbliche: solo il 9,2% delle gare aggiorna le stime sull'evoluzione dei consumi

A influire sulle difficoltà delle aziende del vending anche le concessioni pubbliche che rappresentano circa il 18% del fatturato del comparto e stanno diventando sempre più antieconomiche. Il gestore della distribuzione automatica, infatti, per installare un distributore automatico nella Pubblica Amministrazione deve partecipare a un bando di gara, ottenere una concessione e pagare un canone all'ente. Il problema è che, negli anni, i canoni concessori nati come un semplice rimborso per l'utilizzo di acqua ed elettricità, sono aumentati in maniera esponenziale mentre le consumazioni si sono ridotte. A questo si aggiunge che i bandi di gara registrano spesso una carenza di istruttoria ai danni delle aziende partecipanti. Riguardo a quest'ultimo aspetto, durante gli Stati Generali del Vending sono stati presentati i risultati di una ricerca ADRfirm per Confida, condotta su 153 gare pubbliche bandite tra il 2023 e il 2026 che evidenzia come solo il 9,2% aggiorni il valore della concessione considerando l'evoluzione dei consumi e dell'utenza anche alla luce del crescente impatto dello smart working e della modifica dell'offerta alimentare generata dall'introduzione dei CAM (Criteri Ambientali Minimi). Inoltre, nessuna gara tra quelle analizzate premia l'investimento tecnologico sulle macchine e solo il 3,9% di esse ha una durata superiore ai 5 anni con un ammortamento medio delle vending machine nuove di 7 anni. Nel 56,2% dei casi manca poi una matrice dei rischi, ossia non esplicita i rischi a carico del partecipante al bando e il 68,8% infine non prevede neanche un Piano Economico-Finanziario. "Alla luce dei risultati della ricerca – ha spiegato Trapletti – chiediamo un confronto con il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e Anac per migliorare la qualità dei bandi e introdurre strumenti capaci di salvaguardare l'equilibrio economico-finanziario delle concessioni che regolano la nostra attività all'interno delle Pubbliche Amministrazioni".

Sangalli: la grande professionalità del comparto del Vending

L'evento degli Stati Generali del Vending è stato aperto dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: "Il vostro comparto – ha affermato - ha una rilevanza che si esprime nei numeri, con oltre tremila imprese e un indotto di 33mila addetti, ma possiede anche un profondo valore simbolico". "Spesso – ha proseguito Sangalli - si tende a sottovalutare ciò che non si conosce e, parlando in modo colloquiale di 'macchinette', non ci si rende conto di quanta intensità di capitale umano, innovazione e ricerca ci sia nel settore. L'Italia è leader mondiale e il vending italiano esporta il 70% delle macchine all'estero, eppure, mancando il contatto diretto con il consumatore, spesso sfugge la professionalità che sta dietro a questo mondo".



È la fotografia presentata alla XV edizione degli Stati Generali del Vending, organizzati da Confida, l'Associazione Italiana Distribuzione Automatica, a Roma in Confcommercio (con anche l'intervento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, vedi box). Confida chiede di rafforzare la marcatura CE per combattere la concorrenza sleale dei macchinari asiatici e misure per salvaguardare l'equilibrio economico-finanziario delle concessioni pubbliche. La distribuzione automatica è settore in cui l'Italia mantiene una posizione di primo piano, con oltre 3.000 imprese di gestione e più di 33 mila occupati nell'indotto, ma che da anni deve fare i conti con l'inflazione, la diffusione dello smart working e il calo della produzione industriale. Il 37% delle consumazioni del vending avviene, infatti, nel settore manifatturiero, rendendo il comparto particolarmente esposto all'andamento dell'industria. Anche la composizione dei consumi conferma una situazione ancora debole: nei primi otto mesi del 2026 le bevande calde, che rappresentano il 65,3% dei volumi, hanno registrato un -1,5%, mentre il caffè è sceso del 3%.

Distribuzione automatica: in un anno avviati a riciclo oltre 97 milioni di bicchieri in plastica

Confida: cresce il progetto RiVending





Oltre 97 milioni di bicchieri in plastica avviati a riciclo in un anno e 666 tonnellate di CO_2 risparmiate: sono i numeri che raccontano la crescita di RiVending, il progetto dedicato al recupero e al riciclo dei bicchieri in polistirolo e delle bottiglie in Pet utilizzati nella distribuzione automatica, promosso da Confida, Corepla e Unionplast. I nuovi dati, presentati alla vigilia di Ecomondo (Rimini Expo) e aggiornati a ottobre di quest'anno, segnano un'ulteriore accelerazione rispetto allo stesso periodo del 2025: i bicchieri intercettati sono passati da circa 93,3 a 97,4 milioni, con oltre 4,1 milioni di pezzi recuperati in più (+4,4%). Cresciuto parallelamente anche il beneficio ambientale: il risparmio stimato di CO_2 ha raggiunto, infatti, le 666 tonnellate, 28 in più rispetto alle 638 tonnellate dell'anno precedente.
A crescere non sono soltanto i volumi raccolti, ma anche la diffusione del progetto. Oggi RiVending – spiega Confida - coinvolge 3.219 aziende e conta 17.734 cestini dedicati alla raccolta. Un dato che racconta più di altri l'allargamento della rete: tra ottobre 2024 e ottobre 2026 hanno aderito 1.000 nuove aziende.
In Italia la Lombardia mantiene il primato con oltre 22,8 milioni di bicchieri recuperati in un anno, davanti all'Emilia Romagna. Sul terzo gradino del podio si posiziona il Veneto, con 16,5 milioni di bicchieri (+3,7% rispetto a ottobre 2025). Abruzzo, quarto con quasi 12,5 milioni di bicchieri ed una forte crescita percentuale (+13,7%). Seguono il Friuli-Venezia Giulia, con 8,9 milioni (+3,08%), e il Trentino Alto Adige, con 8,2 milioni (+2,9%). Sostanzialmente stabili, rispetto al 2025, le Marche (2,6 milioni), la Sardegna (1,9 milioni) e la Campania (1,5 milioni), mentre il Lazio, con oltre 1 milione di bicchieri recuperati e una crescita del 5,3%, completa la "top ten".
«Questi risultati dimostrano come anche un gesto semplice e quotidiano come la pausa al distributore possa diventare parte di un modello concreto di economia circolare, quando è supportato da un sistema di raccolta dedicato che permette di avviare correttamente i materiali al riciclo – ha dichiarato Massimo Trapletti, presidente di Confida – La crescita delle adesioni e dei bicchieri recuperati conferma il valore del coinvolgimento delle aziende e delle persone che ogni giorno utilizzano i distributori automatici".



Riconoscimenti all'Assemblea dell'Associazione in Confcommercio Milano

Dettaglianti ortofrutticoli Gli attestati alle imprese

Attestati a:

- **Abbascià srl;**
- **Baroni Pierpaolo;**
- **Di Buduo F.lli srl;**
- **Di Liddo Roberto;**
- **Frutteto Garibaldi snc;**
- **Zaffaroni Enrico e Figli srl.**

All'Assemblea dell'Associazione milanese dei dettaglianti ortofrutticoli – svoltasi in Confcommercio Milano (con la partecipazione di Donatella Prampolini, presidente Fida, Federazione italiana dettaglianti dell'alimentazione, e vicepresidente Confcommercio) – il presidente Gianfranco Gentile ha sottolineato l'impegno dell'Associazione su più fronti: dal rapporto con SoGeMi allo sviluppo dell'Ortomercato, al ruolo di presidio sul territorio svolto dai dettaglianti ortofrutticoli. Il momento più significativo dell'Assemblea è stata l'assegnazione degli attestati alle imprese per l'impegno istituzionale e la valorizzazione del saper rinnovare nella tradizione.















Il Consiglio Direttivo eletto dall'Assemblea





Confcommercio territoriale di Melzo
Donato Turba confermato presidente

Donato Turba è stato confermato presidente della Confcommercio territoriale di Melzo. L'Assemblea (alla quale sono intervenuti il vicepresidente di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza Carlo Alberto Panigo e il vicesegretario generale vicario Enrico Meazzi) ha eletto il nuovo Consiglio Direttivo dell'Associazione: con Turba (macelleria equina, Melzo) Marco Andreotti (bar, Melzo); Marcello Capperucci (merceria, Pioltello); Fabio Coraggio (pizzeria d'asporto, Melzo); Gianni Gaimarri (bar gelateria, Melzo); Sarah Penati (abbigliamento, Melzo); Debora Polisena (pasticceria fresca, Segrate); Marco Enrico Salina (ingrosso bevande, Pioltello); Lorenzo Tedesco (alimentari gastronomia, Cernusco sul Naviglio); Guido Temporali (trattoria, Peschiera Borromeo).

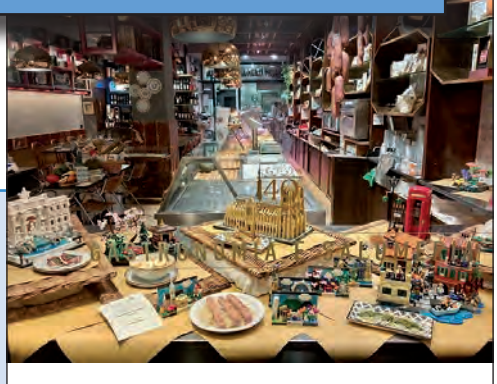


Abbiategrasso:"Le Lattaie" (corso San Pietro 45), vetrina più votata sul web

Confcommercio Abbiategrasso: i premiati della Mostra Concorso Vetrine 2026

Ecco i risultati, ad Abbiategrasso, della Mostra Concorso Vetrine 2026 promossa e organizzata da Confcommercio Abbiategrasso.

La vetrina più votata dalla Rete. Con 153 like (oltre 1000 i voti pervenuti), ad Abbiategrasso per la Mostra Concorso Vetrine 2026, la vetrina più amata in rete è quella de "Le Lattaie" in corso San Pietro 45, attività che già in passato ha raccolto molti consensi online (ottenendo per tre volte questo titolo).



Abbiategrasso: Premiata Salumeria Meloni (corso Italia), primo premio assoluto della Giuria e premio studenti (Bachelet e Lombardini)

I premi della Giuria. Alla Premiata Salumeria Meloni (corso Italia) il primo premio assoluto della Giuria ed il premio studenti (Bachelet e Lombardini). Primo premio della categoria non alimentari a Susi Lee Studio (via Ticino) e primo premio della categoria alimentari ad Al Frutteto (piazza Golgi).



La vendita diretta in Lombardia
I dati regionali dell'Osservatorio Univendita-Confcommercio

Vendita diretta: secondo la rilevazione realizzata dal primo Osservatorio Univendita-Confcommercio *(sull'Osservatorio vedi anche Unione Informa di novembre a pag. 23 n.d.r.)* su un campione di oltre 1.700 rispondenti in Lombardia, il 91,1% dei venditori giudica fondamentale la possibilità di gestire il tempo in autonomia e l'89,9% apprezza la flessibilità tra lavoro e vita personale.
Inoltre, l'84,4% gradisce la libertà di modulare e calibrare nel tempo l'impegno professionale.
Poi c'è l'aspetto dei guadagni: l'81,2% del campione dell'indagine Univendita, composto al 92,4% da donne, giudica molto importante l'indipendenza economica tra i fattori attrattivi e l'82,2% ritiene la vendita diretta più soddisfacente o almeno in linea con le altre opportunità lavorative. Il 64% degli incaricati lombardi considera soddisfacente o quanto meno adeguato il guadagno rispetto al tempo dedicato. E oltre sette su dieci (71,8%) pensano che ci siano pari opportunità di guadagno tra uomini e donne.
La gratificazione è dimostrata indirettamente dal tempo di permanenza nella vendita diretta: il 54,2% vi opera da almeno sette anni, una soglia che sale a quasi il 72% se si considera un lasso di tempo dai quattro anni in su. Il 47,2% interpreta l'impegno come integrazione con altro lavoro, ma per il 18,4% è l'attività principale. Per quanto riguarda il titolo di studio, il 61,4% del campione è composto da diplomati, mentre i laureati sono quasi il 10%. Il 77% dei venditori lombardi dichiara di utilizzare con regolarità o quotidianamente gli strumenti digitali a supporto della propria attività, con una preminenza di smartphone più app dedicate fornite dalle aziende rispetto ad altri device quali pc o tablet.
Nella formazione, sempre gratuita e offerta dalle aziende, gli incaricati si dicono molto soddisfatti del training svolto su prodotto (85,7%), tecniche di vendita (77,9%) o comunicazione e public speaking (66,3%). Il 79,6% dei rispondenti all'Osservatorio Univendita ritiene che la formazione ricevuta dalle aziende aiuti a crescere professionalmente.

Unione informa

Mensile di informazione
di CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

www.confcommerciomilano.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 Tacito 9 - Corsico (Milano)

PER LA PUBBLICITÀ:
marketing@unione.milano.it
Tel. 02 7750 372

AUTORIZZAZIONE TRIBUNALE
di Milano - n. 190
del 23 marzo 1996

Associazione italiana commercio chimico

Marco Coldani rieletto presidente di AssICC "Pronti a guidare la transizione ecologica e digitale della distribuzione chimica"



Marco Coldani, confermato presidente di AssICC

Marco Coldani è stato rieletto presidente di AssICC, l'Associazione Italiana Commercio Chimico, insieme al nuovo Consiglio Direttivo e al Collegio dei Probiviri per il mandato 2026-2031. L'Assemblea si è tenuta in Confcommercio Milano e ha confermato la fiducia a Coldani per dare continuità ai progetti strategici del settore.

"La nostra Associazione sta crescendo costantemente e si conferma sempre più come punto di riferimento autorevole e luogo di dialogo, confronto e supporto per tutte le aziende della distribuzione chimica" ha dichiarato il presidente Marco Coldani.

"Numerose e complesse sfide – ha sottolineato Coldani – attendono il nostro comparto nei prossimi anni: dalla gestione delle normative europee sempre più stringenti, come il Regolamento REACH e le politiche sul Green Deal, fino alla transizione digitale e alla sicurezza nella movimentazione e logistica delle merci. E ancora: il tema cruciale della carenza di competenze tecniche e di personale qualificato, la spinta verso un'innovazione sostenibile che non penalizzi la competitività delle nostre imprese, e il supporto a una catena di approvvigionamento sempre più resiliente e trasparente".

"Lavoreremo su questi temi, e su tutti quelli che emergeranno dal mercato globale – ha concluso Coldani – con rinnovata energia e massimo impegno. Continueremo, come abbiamo sempre fatto, nel nostro stretto e costante dialogo con tutti gli associati e le istituzioni, per definire i contenuti delle nostre iniziative, anticipare i trend normativi e recepire stimoli concreti per nuove attività a supporto del commercio chimico e di tutte le attività ausiliarie".

Presidente

- Marco Coldani - QUIMIDROGA ITALIA SRL

Consiglio Direttivo

- Antonia Baslini - CCB COMMERCIO CHIMICO BASLINI SRL
- Stefano Carenzi - CONNECT CHEMICALS ITALIA SRL
- Emilio Carmagnani - ATTILIO CARMAGNANI "AC" SPA
- Marcello Cavazzana - MILANO COLORI SRL
- Gianluca Cossutta - MITSUBISHI ITALIA SRL
- Claudia Dellera - UNIVAR SOLUTIONS SPA
- Andrea Donati - ILARIO ORMEZZANO - SAI SRL
- Matteo Fabiani - SPICA SRL
- Sergio Fontana - FARMALABOR SRL
- Stefano Forte - IMPORTAZIONE MATERIE PRIME SPA
- Marco Gerosa - AZELIS ITALIA SRL
- Riccardo Gianni - PRODOTTI GIANNI SRL
- Andrea Giuliani - URAI SPA
- Federico Guanzini - DKSH ITALIA SRL
- Fabio Lencioni - LCM TRADING SPA
- Gianfranco Locandro - HELM ITALIA SRL
- Marco Madeddu - IMCD ITALIA SPA
- Enea Marchesi - HIDRODEPUR SPA
- Marco Rebuzzini - CFM SPA
- Marco Sadino - L'APROCHIMIDE SRL
- Alberto Savini - CLAUDIO SAVINI & FIGLI SRL
- Giancarlo Tessoni - METANOLO MEDITERRANEO SRL
- Sandro Torchiani - TORCHIANI SRL
- Nathalie Veronelli - EIGENMANN & VERONELLI SPA
- Luigi Viano - CARISMA SNC
- Roberto Villa - BARENTZ ITALIA SPA
- Ignazio Vullo - BRENNTAG SPA

Collegio dei Probiviri

- Paolo Andreoli
- Roberto Cisini
- Federico Gianni
- Franco Gibelli
- Paolo Lessio

Con il Ddl di Bilancio accolta la richiesta di innalzamento dei parametri

Deducibilità dell'auto più alta Agenti FNAARC: una conquista per gli agenti di commercio dopo quasi trent'anni



Alberto Petranzan, presidente di Agenti FNAARC

Un risultato concreto per gli agenti e rappresentanti di commercio sul fronte dei costi dell'automobile, strumento indispensabile per l'esercizio della professione. Il Ddl di Bilancio 2027 prevede, per le autovetture elettriche e ibride che oggi rappresentano circa il 67% delle vendite, l'innalzamento del valore massimo fiscalmente riconosciuto per l'acquisto e il leasing da 25.822,84 a 35.000 euro e l'aumento della percentuale di deducibilità dall'80 al 90%. Secondo i dati della relazione tecnica, l'aumento del costo massimo deducibile riguarda circa 156.000 veicoli. Agenti FNAARC esprime soddisfazione per la misura contenuta nel Ddl di Bilancio che rappresenta un primo riscontro alle istanze presentate al viceministro Maurizio Leo dalla delegazione delle associazioni di categoria più rappresentative nell'incontro del 15 ottobre presso il Ministero *(vedi Unione Informa di novembre a pag. 22 n.d.r.)*. Durante l'incontro le organizzazioni avevano consegnato una lettera congiunta per sollecitare l'aggiornamento del tetto di deducibilità dell'auto, fissato nel 1997 e mai adeguato al valore di mercato attuale delle autovetture.

Il viceministro Maurizio Leo ha condiviso la richiesta non più procrastinabile sollevata dalle associazioni. Nel quadro della legge di bilancio, è stata individuata una prima risposta con riferimento alle autovetture elettriche e ibride. Le associazioni di categoria seguiranno con attenzione l'iter parlamentare, auspicando che la misura *(nel momento in cui si scrive n.d.r.)* trovi conferma nella Legge di Bilancio.

"Non è stato facile. In un quadro economico nazionale e internazionale complesso e con i vincoli di una manovra di bilancio, esprimiamo piena soddisfazione per questo risultato – ha dichiarato Alberto Petranzan, presidente di Agenti FNAARC – Ringraziamo il viceministro Maurizio Leo per aver compreso le esigenze della categoria. Un ringraziamento particolare va a Confcommercio che ha preso a cuore questa nostra richiesta e ci ha supportato nelle relazioni istituzionali, e a tutti gli agenti di commercio che sostengono la categoria iscrivendosi alle associazioni di rappresentanza".

In Italia operano circa 200.000 agenti di commercio, che rappresentano la rete commerciale delle piccole e medie aziende del Paese e intermediano un volume d'affari complessivo stimato in circa 500 miliardi di euro, pari al 25% del Pil italiano.

Federeventi-Confcommercio la nuova Federazione nazionale delle imprese degli eventi

E' nata Federeventi-Confcommercio, la Federazione nazionale che rappresenta imprese, professionisti e lavoratori autonomi che operano nell'organizzazione di eventi di diversa natura: dallo sport allo spettacolo, dalla cultura alle fiere, dai meeting ai workshop, fino alle attività di comunicazione. Su impulso del presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, Mario Baldassari – eletto presidente di Federeventi-Confcommercio - ha raccolto le istanze degli operatori del settore dando vita a una rappresentanza nazionale in grado di rispondere alle crescenti esigenze di una categoria in forte espansione e di tutelarne gli interessi economici e sociali. Tra gli obiettivi prioritari della nuova Federazione la rappresentanza delle imprese nei rapporti con amministrazioni, enti e istituzioni nazionali, europee e internazionali, in raccordo con gli altri livelli del sistema confederale.

Mario Baldassari eletto presidente, Francesco Chiappetti e Mattia Benzi vicepresidenti. Luca Stevanato direttore generale

Il Consiglio nazionale di Federeventi Confcommercio riunisce esponenti di rilievo del mondo dello sport, dello spettacolo e della cultura. Ad affiancare il presidente Baldassari i vicepresidenti Francesco Chiappetti e Mattia Benzi e i consiglieri Stefano Bezzi, Massimiliano Passante, Moreno Conficconi, Domenico Rosa, Raffaello Bellavista e Fabio Gardella. Alla costituzione della Federazione hanno contribuito anche numerose realtà territoriali di Confcommercio, già attive nel settore degli eventi, insieme ad altre interessate ad avviare un percorso comune con Federeventi. Il Consiglio nazionale ha inoltre designato l'avvocato Luca Stevanato quale direttore generale della Federazione.

Assomobilità Simonpaolo Buongiardino confermato presidente



Simonpaolo Buongiardino, confermato presidente di Assomobilità

Assomobilità: conferma di Simonpaolo Buongiardino alla presidenza per il prossimo quinquennio. L'Assemblea dei soci, svoltasi in Confcommercio Milano, ha votato all'unanimità la sua rielezione perché continui a guidare l'Associazione in questa delicata fase di forte transizione per tutta la categoria, consolidandone il ruolo di punto di riferimento per il mondo della mobilità milanese (e non solo). Eletti come vicepresidenti Alessandro Finicelli (di Autobynet) e Franco Spotorno (SpotornoCar S.p.A.).
Completano il Consiglio Direttivo di Assomobilità Elisabetta Cozzi (del Museo Fratelli Cozzi); Stefania Menguzzato (di UaU Srl); Andrea Citro (di AutoSantaSofia Srl); Saul Mariani (di Lario Mi Auto Mobility) e Massimo Musazzi (di Busto Motor Company Srl).
"Abbiamo un Consiglio espressione di competenze, esperienze e sensibilità differenti che riflette la ricchezza del nostro settore e il percorso di crescita intrapreso dall'Associazione in questi anni – spiega il presidente di Assomobilità Simonpaolo Buongiardino - Una squadra chiamata a rappresentare un comparto in continua evoluzione, accompagnando le imprese nelle profonde trasformazioni che stanno ridisegnando il mondo della mobilità".

Vicepresidenti Alessandro Finicelli e Franco Spotorno. Completano il Consiglio Direttivo Elisabetta Cozzi, Stefania Menguzzato, Andrea Citro, Saul Mariani, Massimo Musazzi

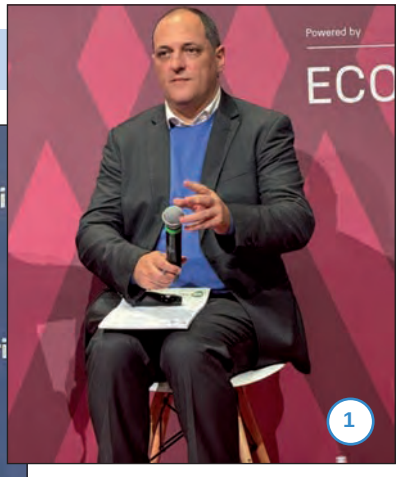
FIPE CONFCOMMERCIO: BENE LO SCHEMA DI RIORDINO SUI DEHOR

FIPE Confcommercio, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, ha espresso forte apprezzamento per il via libera preliminare del Consiglio dei Ministri allo schema di riordino per la concessione degli spazi pubblici e la regolamentazione dei dehor. Si tratta, ha rilevato FIPE Confcommercio, di un provvedimento equilibrato e di buon senso, atteso da due anni, che segna un passo decisivo verso il definitivo superamento della stagione delle proroghe per approdare finalmente a un quadro normativo di semplificazione stabile. L'introduzione del termine di 45 giorni per il rilascio delle autorizzazioni culturali e paesaggistiche, unitamente all'applicazione del meccanismo del silenzio assenso e alla circoscrizione dei vincoli alle sole aree di eccezionale valore culturale, risponde puntualmente alle esigenze concrete del settore. Le imprese dei pubblici esercizi chiedono regole chiare e tempistiche definite: la certezza del diritto e la sburocratizzazione dei percorsi amministrativi costituiscono, infatti, le condizioni indispensabili per consentire agli imprenditori di programmare gli investimenti con fiducia, innovare i servizi e sostenere l'occupazione. Il testo riconosce il ruolo centrale della categoria nella tutela del decoro e nella promozione di un'accoglienza di qualità, nel rispetto dell'identità storica e architettonica delle città. I dehor costituiscono un servizio pubblico che presidia il territorio, migliora la vivibilità degli spazi urbani rendendoli più belli e fruibili. L'impostazione del provvedimento responsabilizza direttamente gli operatori e, attraverso la previsione di intese e criteri generali condivisi tra Enti locali e Ministero della Cultura, indica per FIPE Confcommercio la strada corretta nel coniugare la tutela del patrimonio con lo sviluppo economico. Si auspica che l'iter di approvazione del decreto avvenga entro la fine di quest'anno, come previsto dalla legge.



Lanciato a Ecomondo (Fiera di Rimini)

Rifiuti tessili: l'allarme Assorecuperi Nel 2027 a rischio in Italia la raccolta degli abiti usati





Pietro Luppi** (foto 1) **e Valentina Rossi** (foto 2) **del settore tessile per Assorecuperi e** (a destra nella foto 3) **il presidente di Assorecuperi Tiziano Brembilla

Nel 2027 la raccolta differenziata degli abiti usati in Italia potrebbe fermarsi in diversi territori. L'ultra fast fashion sta mettendo in ginocchio la filiera del recupero: vestiti sempre meno durevoli, prezzi dell'usato in caduta e impianti saturi. È l'allarme lanciato a Ecomondo (Fiera di Rimini) da Assorecuperi: imprese e impianti di selezione sono schiacciati tra crollo del valore dei materiali, costi logistici crescenti e difficoltà di riciclo. A rischio non c'è solo un comparto produttivo, ma un servizio pubblico obbligatorio. A Governo e Comuni Assorecuperi ha chiesto interventi urgenti: "Senza risorse immediate, la responsabilità estesa del produttore rischia di arrivare quando le imprese avranno già chiuso lasciando i vestiti in strada".

Nell'Unione Europea si generano ogni anno 12,6 milioni di tonnellate di rifiuti tessili, di cui 5,2 milioni derivano da abbigliamento e calzature, ovvero circa 12 kg per abitante (fonte: Consiglio UE). Meno dell'1% dei tessili viene riciclato da fibra a fibra per produrre nuovi vestiti, mentre la quota da avviare al riutilizzo è crollata sotto il 50% (fonte: Agenzia europea dell'ambiente). Ad aggravare la crisi è l'ultra fast fashion: capi economici e poco durevoli diventano rapidamente rifiuti, spesso difficili da riutilizzare o riciclare. Oggi la vendita dell'usato, che finanziava anche il recupero dei materiali meno pregiati, non sostiene più la filiera. Già nel 2025 Assorecuperi, con altre associazioni, segnalava riduzioni fino al 70% del valore della frazione riutilizzabile rispetto al periodo precedente, il 2020, e perdite nella raccolta tra gli 8 e i 28 centesimi al kg negli scenari analizzati.

"Una crisi che colpisce proprio il meccanismo che per decenni ha sostenuto la raccolta degli indumenti usati – ha spiegato Pietro Luppi, portavoce del settore tessile per Assorecuperi - Un equilibrio che oggi è saltato e, sommato ai rincari del carburante per i trasporti e ai magazzini arrivati vicini ai limiti di stoccaggio autorizzati, fa rischiare il blocco della raccolta, che si rifletterebbe sui contenitori stradali". La crisi non è solo italiana: riguarda anche altri Paesi europei, Germania compresa. "Il rischio è che, mentre discutiamo di economia circolare, venga meno proprio la rete di imprese che ogni giorno la rende possibile. E quando una filiera di raccolta e selezione si interrompe, ricostruirla è complicato".



L'ultra fast fashion sta mettendo in ginocchio la filiera del recupero: vestiti sempre meno durevoli, prezzi dell'usato in caduta e impianti saturi

L'Unione Europea ha introdotto una nuova norma sulla responsabilità estesa del produttore (EPR) con la direttiva 2025/1892, affinché chi immette prodotti tessili sul mercato contribuisca ai costi del loro fine vita. Dal luglio 2026 è inoltre in vigore un dazio temporaneo di 3 euro sulle piccole spedizioni extra-UE di valore inferiore a 150 euro, secondo le categorie tariffarie: una misura che interessa anche l'abbigliamento acquistato online e mira a contrastare distorsioni della concorrenza e criticità ambientali. Dal 21 maggio 2027, poi, scatteranno nuove regole sulle spedizioni di rifiuti verso Paesi terzi, con possibili ulteriori restrizioni agli sbocchi esteri. Ma l'EPR nazionale, atteso in questo periodo, richiederà mesi di adempimenti prima di finanziare effettivamente la filiera: il 2027 rischia dunque di restare scoperto.

IL GIORNO

CONTA SU DI NOI

Le notizie dove vuoi, quando vuoi!



scopri tutte le offerte su

ilgiorno.it/abbonati

QUANDO LA TUA ATTIVITÀ NON PUÒ FERMARSI, LA SALUTE VIENE PRIMA.

ENTE MUTUO REGIONALE
ASSISTENZA SANITARIA



SENZA ATTESE



UN RISPARMIO SIGNIFICATIVO SULLE SPESE SANITARIE



ASSISTENZA 24/7



DETRAIBILITÀ FISCALE



NETWORK CAPILLARE

- C.so Venezia 49 - 20121 Milano
- Tel. 02 7750950
- marketing@entemutuomilano.it
- www.entemutuomilano.it

ENTE MUTUO REGIONALE ASSISTENZA SANITARIA

Confcommercio