

Unione *informa*


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

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

*Milano, un premio alle imprese storiche centenarie
(A TEATRO CON GIACOMO PORETTI DI ALDO, GIOVANNI E GIACOMO)*



**Giochi Olimpici
e Paralimpici Invernali
di Milano Cortina 2026**

LE "ISTRUZIONI PER L'USO"

*I dati Congiuntura Confcommercio
Sangalli: meno burocrazia e tasse
per una crescita più robusta*



*Imballaggi di plastica da smaltire
in cambio di un prodotto
più circolare e sostenibile
Il Protocollo d'intesa
tra Confcommercio Milano, Lodi,
Monza e Brianza e Versalis (Eni)*





CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

Crea un **Piano personalizzato** per la tua azienda con lo **Sportello Welfare**

Premia i tuoi dipendenti e ottieni **vantaggi fiscali**.

Sportello Welfare

Lo **Sportello Welfare di Confcommercio** Milano ti assiste nella creazione di un piano personalizzato per la tua azienda, sfruttando i **benefici fiscali** disponibili e migliorando la **produttività dei dipendenti**.

Offriamo **consulenza individuale** sulle normative e le opportunità di benefit e sui **vantaggi previdenziali**. Accedi a **soluzioni convenzionate** per istruzione, salute, benessere e altro.



Scarica il White Paper per scoprire esempi concreti di welfare aziendale.

Scopri come ottenere la **certificazione di parità di genere** rilasciata da **Uniter**, che attesta l'applicazione di misure per ridurre il divario di genere in azienda e permette di **accedere a sgravi contributivi previdenziali** fino a 50mila euro annui.



**RICHIEDI
INFORMAZIONI**

SEGNALI DI MIGLIORAMENTO DAL QUADRO CONGIUNTURALE I DATI CONFCOMMERCIO

Il quadro congiunturale mostra segnali di miglioramento dell'economia italiana, sostenuti dal rientro dell'inflazione, dal recupero del potere d'acquisto e da una ripresa dei consumi più diffusa rispetto ai mesi precedenti.

Sono alcuni dei dati emersi dall'ultimo numero della **Congiuntura Confcommercio**.

L'inflazione, al netto degli elementi temporanei, ha cessato di rappresentare un freno strutturale per famiglie e imprese (0,7% tendenziale la stima di gennaio

rispetto a 1,2% di dicembre). Il reddito disponibile reale torna a crescere e supera i livelli pre-pandemici (+4,6% primi 3 trimestri 2025/2019), mentre i consumi reali recuperano più lentamente (+1,2% 2025/2019) ma mostrano una chiara inversione di tendenza nella parte finale del 2025.

Sempre dalla congiuntura emerge come da ottobre-novembre si stia osservando un cambiamento significativo nel clima di fiducia: per le imprese, in crescita mese su mese da settembre per quattro mesi consecutivi, circa +3% rispetto a luglio; per le famiglie +1,7% a dicembre su novembre. Quindi, diminuisce la sfiducia delle famiglie e aumenta la propensione al consumo. Le intenzioni di spesa risultano in crescita rispetto sia al 2024 sia alla prima parte del 2025.

**PIL mensile
congiuntura e prima proiezione per il 2026**

	PIL - var. % reali			
	cong.		tend.	
	mese	trim.	mese	trim.
2025-I		0,3		0,8
2025-II		-0,1		0,5
2025-III		0,1		0,6
ott	-0,1		0,5	
nov	0,6		1,2	
dic	-0,1		1,2	
2025-IV		0,6		1,0
gen-26	0,5		1,2	

2025	destagionalizzato	0,7
	grezzo (vero)	0,6
2026	destagionalizzato	0,8
	grezzo (vero)	0,9

Rispetto al 2024 il Black Friday ha generato 4,9 miliardi di euro di spesa (+19,5%); i consumi natalizi mostrano un aumento reale del 2,8% per famiglia; i viaggiatori italiani nel ponte dell'Immacolata sono cresciuti del 4,9%. E bene anche le vendite al dettaglio reali che registrano due mesi consecutivi di crescita congiunturale (+0,5% a ottobre, +0,6% a novembre), evento che non si verificava dall'inizio del 2024.

Anche la fiducia delle imprese è in recupero da quattro mesi consecutivi. Il turismo conferma un contributo positivo, con presenze in aumento dell'1,6% nel bimestre ottobre-novembre.

Il rafforzamento della domanda interna nel quarto trimestre

stime dalla congiuntura Confcommercio 1/2026

var. % tend. dati grezzi -2025	III trim	IV trim	Nov	Dic	
SERVIZI	0,2	1,0	0,9	1,6	
BENI	-1,0	0,3	0,5	0,8	
TOTALE	-0,5	0,5	0,6	1,0	
ricreazione e cultura	-6,8	3,8	-0,9	11,1	rafforzamento nel IV trim con benefici x PIL con enfasi mensile per nov e dic
alberghi, ristoranti, bar	0,1	0,2	-0,5	0,4	... prosegue terziarizzazione della spesa
automobili	-12,0	-7,0	-4,0	-3,7	... che non è solo servizi turistici ma tutto ciò che è complementare alla fruizione del tempo libero (anche l'acquisto di TV è finalizzato al tempo non-di-lavoro...)
carburanti, pedaggi, trasporti aerei	1,7	1,9	0,8	2,5	
smartphone e PC	18,3	16,3	16,4	16,4	... forse è finito il processo di riequilibrio tra pasti in casa e fuori
cosmesi e profumeria	4,3	4,1	5,8	3,2	
abbigliamento e calzature	-2,0	0,5	0,4	0,5	
mobili, elettrodomestici, TV	-2,6	0,5	1,9	0,9	
alimentari	-1,4	0,0	-0,5	0,4	

(+0,5% tendenziale) con particolare enfasi nei mesi di novembre e dicembre (rispettivamente, +0,6% e +1%), fornisce un contributo rilevante alla variazione del Pil, stimato crescere a gennaio 2026 dello 0,5% su dicembre e dell'1,2% nel confronto annuo. Le prospettive di crescita per il 2026 sono moderatamente ottimistiche (+0,9%) e restano fortemente dipendenti dall'evoluzione dei consumi, in un contesto di progressiva terziarizzazione della spesa legata soprattutto al tempo libero e ai servizi (a dicembre tendenziale +11,1% ricreazione e cultura, +16,4% smartphone e pc).



**SANGALLI: FIDUCIA IN AUMENTO
MENO BUROCRAZIA E TASSE
A FAMIGLIE E IMPRESE
PER RAFFORZARE LA CRESCITA**

Commentando i dati della **Congiuntura Confcommercio**, il presidente Carlo Sangalli ha osservato che "il risveglio dei consumi durante il Black Friday, il Natale e l'avvio dei saldi è certamente un

segnale positivo che conferma il recupero della fiducia. Per rendere la crescita più robusta è necessario continuare a ridurre le

tasse su famiglie e imprese, semplificare la burocrazia e creare migliori condizioni per la partecipazione di giovani e donne al mercato del lavoro".





CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

Digitalizzazione e E-Commerce

Massimizza il potenziale del business online
con il supporto completo di Confcommercio Milano
attraverso lo **Sportello Innovazione (SPIN)**.

Cosa ti offriamo:

- Affiancamento e assistenza per l'**analisi dei fabbisogni digitali**.
- **Individuazione delle migliori soluzioni** e fornitori.
- Approfondimenti sulla **trasformazione digitale**.

Contatta lo Sportello Spin

spin
SPORTELLLO
INNOVAZIONE
EDI CONFCOMMERCIO

Riceverai una **consulenza per la digitalizzazione della tua azienda**, sia che tu sia già un imprenditore o che stia iniziando.

Prenota un **appuntamento individuale** per avviare o gestire efficacemente il tuo e-commerce.

**PRENOTA UNA CONSULENZA
PERSONALIZZATA E GRATUITA**



Oltre 500 iscritti (fra presenza e online) all'appuntamento, organizzato dalla Direzione Servizi Tributari di Confcommercio Milano Lodi, Monza e Brianza

Oltre 500 iscritti (fra presenza e online) al convegno in Confcommercio Milano, gratuito e aperto a imprese e professionisti, sulle "Novità fiscali per le imprese nel 2026. La legge di bilancio e le altre disposizioni fiscali" (vedi Unione Informa di gennaio a pagina 3 n.d.r.). All'appuntamento, organizzato dalla Direzione Servizi Tributari di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e aperto dal segretario generale di Confcommercio e Confcommercio MiLoMB Marco Barbieri, è intervenuto in collegamento Maurizio Leo, viceministro dell'Economia e delle Finanze. Relatori del convegno: Vincenzo De Luca, Responsabile Settore Fiscalità di Impresa Confcommercio; Giampaolo Foresi, Direttore Servizi Tributari Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; Francesco Sciarini (Servizio Bilancio e Contabilità) e Federica Sottotetti

(Responsabile Servizio Tributario) della Direzione Servizi Tributari di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

I risultati con la manovra di Bilancio

Il giudizio di Confcommercio sulla legge di Bilancio è positivo: "È stata una manovra difficile perché, in termini di importo, doveva stare in un rapporto deficit/Pil sotto il 3% e quindi bisognava tenere i conti in ordine, ma sono state realizzate iniziative importanti nei confronti delle imprese" ha detto Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio, inaugurando i lavori del convegno. "C'è stato un dialogo importante con il Governo, il viceministro Leo e non solo - ha aggiunto - Abbiamo fortemente voluto la detassazione al 5% dei rinnovi contrattuali 2024. Questo passaggio per noi ha rappresentato un fondamentale riconoscimento del valore dei contratti, che sono stati i primi ad essere rinnovati" ha proseguito Barbieri ricordando anche la riduzione dell'aliquota Irpef fino a 50.000 euro. Confcommercio aveva chiesto fino a 60.000 euro e su questo punto il viceministro Leo si è espresso fiduciosamente.

NOVITÀ FISCALI PER LE IMPRESE NELL'ANNO 2026
La legge di bilancio 2026 e le altre disposizioni fiscali

Novità fiscali per le imprese nel 2026 Si conferma ampia la partecipazione al convegno in Confcommercio Milano

Per Vincenzo De Luca, Responsabile Settore Fiscalità di Impresa Confcommercio, la manovra di Bilancio è seria, equilibrata e responsabile. Prevede interventi per circa 22 miliardi di euro. Confcommercio, ha rilevato De Luca, ha svolto un'importante azione politica nei confronti del Governo su alcune misure: "Mi riferisco in particolare alla riduzione della seconda aliquota dell'Irpef dal 35 al 33 per cento per lo scaglione di reddito che va da 28 mila a 50 mila euro. Si tratta di 13,6 milioni di contribuenti, il 32% del totale. Il beneficio

medio a contribuente è pari a 218 euro annui, con un beneficio massimo di 440 euro l'anno. Il nostro auspicio è che si allarghi la platea di questi contribuenti affinché possano beneficiare della riduzione Irpef con

l'innalzamento dello scaglione di reddito da 50 a 60 mila euro". "Altra misura importantissima per il nostro sistema" ha proseguito De Luca "soprattutto perché dà valore ai contratti collettivi nazionali del terziario e del turismo" l'inclusione anche dei contratti sottoscritti nel corso del 2024 per la detassazione degli aumenti contrattuali.

Di rilievo anche "l'aver scongiurato la stretta sulle compensazioni dei crediti d'imposta con i debiti contributivi assicurativi nei confronti di Inps e Inail".

A un evento Confcommercio, tracciata l'agenda 2026. Al lavoro su delega e codice tributario

Leo: taglio Irpef fino a 60 mila €

L'uscita dalla procedura di infrazione libererà risorse

Pagina a cura di FRANCESCO CERUSANO e MATTEO RIZZI

Ampliamento da 50 a 60 mila euro del secondo scaglione Irpef per completare l'alleggerimento della pressione fiscale sul ceto medio. È definitiva attuazione della delega fiscale, con l'approvazione del decreto legislativo sui tributi locali (congelato in Unificata per i dubbi dei comuni e delle regioni) del testo unico sulle imposte dirette previsto per il mese di febbraio e del testo unico

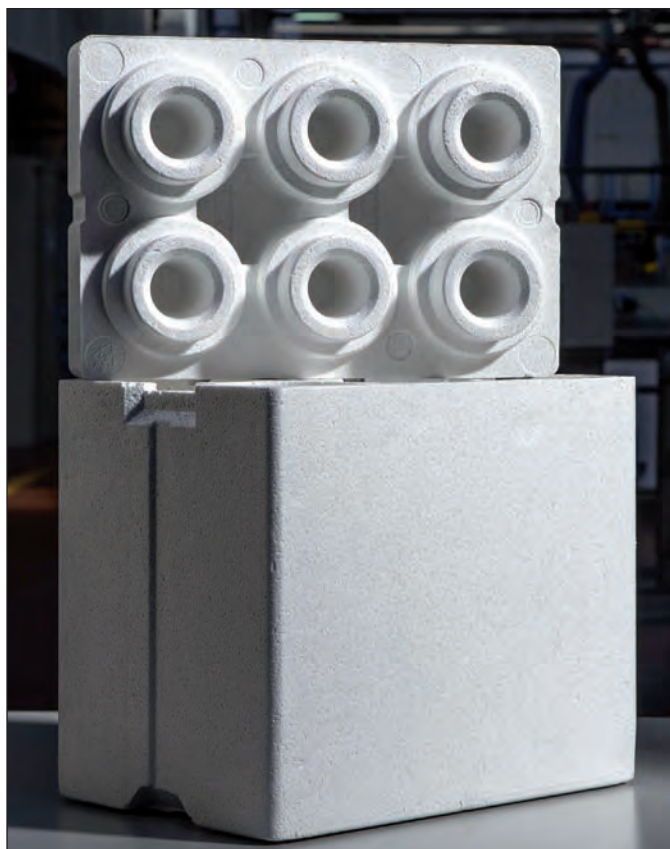
ta dalla procedura di infrazione unitamente alla riduzione degli oneri finanziari saranno decisive per "abbracciare la fascia di reddito da 50 a 60 mila euro e ricompenderla nello scaglione del 33%", realizzando un

di 440 euro l'anno.

Le tappe della riforma fiscale

Leo ha colto l'occasione per ripercorrere le tappe del percorso di attuazione della delega fiscale che finora.





Si ringrazia Versalis per le immagini di queste pagine: impianto demo della tecnologia proprietaria Hoop®, rifiuti plastiche miste, imballaggio, vassoi, vasetti yogurt, coppa per il caffè, bicchieri



Imballaggi di plastica da smaltire in cambio di un prodotto più circolare e sostenibile

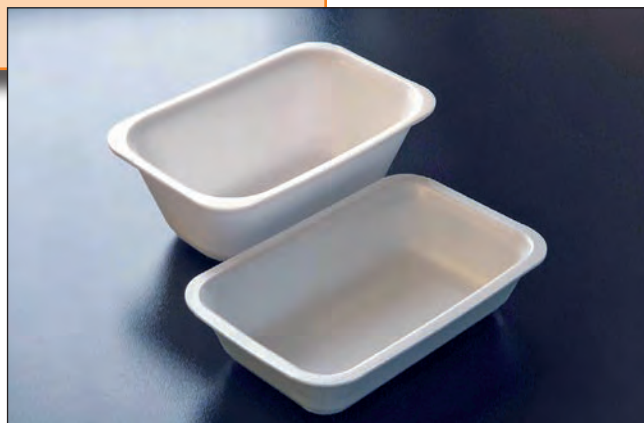
Il Protocollo d'intesa tra Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza e Versalis (Eni) viene incontro alle esigenze della Gdo in vista degli obblighi europei

Il Regolamento UE 2025/40 impone, entro il 2030, nuovi standard per imballaggi a basso contenuto di plastica fossile. Data la natura stringente della norma, è fondamentale che le imprese pianifichino fin d'ora questa evoluzione in ottica di economia circolare.

A quest'obiettivo risponde il Protocollo di intesa triennale – con scadenza al 30 novembre 2028 – siglato tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Versalis, la società chimica Eni che opera a livello nazionale e internazionale.

Versalis, con i suoi 7.400 dipendenti, 26 siti produttivi e 7

centri di ricerca, offre un'ampia gamma di prodotti e soluzioni per molteplici settori industriali, tra cui automotive, imballaggi industriali e alimentari, edilizia, agricoltura ed elettrodomestici. Come si spiega nel Protocollo, la società è impegnata "in circolarità e biochimica, con l'obiettivo di traghettare i target di decarbonizzazione". In questa direzione, nel giu-



gno dello scorso anno, Versalis ha inaugurato a Mantova un impianto demo della tecnologia proprietaria Hoop® per il riciclo chimico dei rifiuti in plastica mista e, a Marghera, un impianto di riciclo meccanico di polimeri stirenici. La tecnologia Hoop®, attraverso un processo di pirolisi - un trattamento termochimico per decomporre i materiali organici - trasforma i rifiuti plastici in nuova materia prima con la quale si possono realizzare prodotti plastici idonei per ogni applicazione, compresi quelli per il contatto con gli alimenti e per l'imballaggio farmaceutico.

Il Protocollo di intesa, in questa prima fase attuativa, va incontro in

modo particolare alle esigenze delle imprese della grande distribuzione organizzata. Versalis, con strutture direttamente collegate ad essa, propone agli associati Confcommercio di questo comparto un progetto di circolarità delle plastiche da

imballo con il ritorno dei reflui di imballi da smaltire e la fornitura di imballi realizzati con plastiche da circolarità, rendendo, così, gli operatori della Gdo pienamente adempienti alle complesse norme in materia di sostenibilità che derivano dal nuovo Regolamento europeo sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio.

Successivamente, anche altre filiere potranno essere coinvolte come, ad esempio, il lattiero caseario.

L'attuale sistema di gestione dei rifiuti plastici, pur comportando costi di smaltimento, non genera ancora benefici diretti per l'economia circolare in linea con le nuove norme europee. Domani la raccolta dei rifiuti plastici potrà compensare l'acquisto di materiali conformi alla normativa pronti ad essere utilizzati: un packaging innovativo e certificato.



Per maggiori informazioni contattare la Direzione Affari Legali e Legislazione d'Impresa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - tel. 027750305 - legale@unione.milano.it

e/o scrivere a marco.coldani@unione.milano.it (Marco Coldani è il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza incaricato per le politiche ambientali e la sostenibilità)

Il Protocollo di intesa tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Versalis prevede l'impegno reciproco ad illustrare il progetto alle imprese mediante incontri e iniziative divulgative.

◀ **Marco Coldani, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza incaricato per le politiche ambientali e la sostenibilità**



Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026

Le Linee Guida per gli operatori commerciali



Per migliaia di attività locali, i Giochi rappresentano una **vetrina globale irripetibile**: milioni di persone vivranno l'esperienza olimpica proprio attraverso negozi, botteghe, ristoranti, bar e imprese artigiane del territorio.

La qualità dell'accoglienza, dei prodotti e dei servizi locali contribuirà direttamente all'immagine complessiva dell'Italia e alla percezione dei visitatori.

Tuttavia, insieme alle opportunità, i grandi eventi portano con sé **rischi specifici** per gli esercenti:

- ✓ un aumento della **contraffazione** legata al merchandising olimpico;
- ✓ la tentazione, spesso in buona fede, di utilizzare riferimenti ai Giochi per **attività promozionali non autorizzate (ambush marketing)**;
- ✓ l'arrivo sul mercato di prodotti non ufficiali o irregolari;
- ✓ l'esigenza di distinguersi senza violare regole molto precise stabilite dal CIO e dal Comitato Organizzatore.

Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026: riportiamo in queste pagine, con spiegazioni e immagini, le parti principali delle Linee Guida per gli operatori commerciali realizzate da Fondazione Milano Cortina 2026.

Avvertenze per sapere cosa l'esercizio commerciale può fare in questo periodo di svolgimento dei Giochi tutelando la propria attività e contribuendo al successo del grande evento internazionale.

Le Linee Guida offrono indicazioni chiare per operare nel rispetto delle regole e valorizzare al meglio le opportunità dei Giochi.

Realizzate
da Fondazione
Milano Cortina
2026



Per questo diventa fondamentale fornire agli esercenti una **guida chiara, semplice ed efficace** che consenta di:

1. **Sfruttare al massimo il potenziale economico dei Giochi**, in modo legittimo e sicuro.
2. **Offrire un'accoglienza di qualità** ai milioni di visitatori attesi.
3. **Proteggere la propria attività da rischi legali**, sequestri o sanzioni.
4. **Evitare comportamenti non intenzionali** che possano risultare in violazioni dei diritti dei partner ufficiali o del Comitato Organizzatore.
5. **Rafforzare la reputazione del territorio** attraverso comportamenti corretti e coordinati.

Milano Cortina 2026 sarà una festa dello sport, del turismo, dell'ospitalità e del saper fare italiano.



Vetrofania Giochi nei negozi Valgono le linee guida già comunicate

Riguardo alla vetrofania realizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza in accordo con Fondazione Milano Cortina 2026 (vedi *Unione Informa* di gennaio alle pagine 12 e 13 n.d.r.) rimangono valide le linee guida già comunicate alle imprese che hanno firmato l'accordo.

DECORARE IL VOSTRO LOCALE PERMESSO

Gli esercenti possono creare un'atmosfera accogliente **senza suggerire un'associazione ufficiale** con i Giochi.

Consentito

- Utilizzo bandiere dei Paesi
- Riferimenti generici allo sport (sci, pattinaggio, hockey, ecc.)
- Immagini sportive **non** riconducibili a loghi o elementi ufficiali
- Colori generici, anche simili al mood dei Giochi, **ma non imitativi**
- Messaggi neutri, es.:
 - "Benvenuti ai visitatori!"
 - "Celebriamo lo sport!"
 - "Atmosfera sportiva in città"



DECORARE IL VOSTRO LOCALE VIETATO

Creare installazioni, vetrine, corner o altro che riproducono i **marchi di Milano Cortina 2026** o risultino **troppo simili alla grafica dei Giochi**, suggerendo un'affiliazione o associazione ufficiale con Milano Cortina 2026.

Non consentito

- Riprodurre i marchi di Milano Cortina 2026 ed utilizzare pattern, colori, pittogrammi che richiamano il «Look of the Games»
- Utilizzare allestimenti che riprendano cerchi stilizzati, fiaccole, medaglie, motto «Faster Higher Stronger», podi
- Rinominare il proprio locale con nomi come «Olimpiadi Store» e simili



▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶

Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026



▶ ▶ ▶ segue da pag. 7 ▶ ▶ ▶

DECORAZIONI A RIDOSSO DEI LUOGHI DI GARA VIETATO VS PERMESSO

Per gli esercenti i cui punti vendita sono localizzati **entro 500 metri dai luoghi di gara**, e la cui esposizione mediatica potrebbe essere rilevante, vige il **principio di continuità (business as usual)**.

Consentito

Mantenere il look generale del punto vendita come è sempre stato.

Mantenere visibili brand di fornitori (insegne di caffè per ristoranti/bar - brand di moda per negozi di abbigliamento ecc.), preesistenti e consolidati.

Non consentito

Aumentare considerevolmente la visibilità degli stessi brand durante i giochi (es. vetrolane giganti).

Utilizzare banner e vele esterne ad alta visibilità (si prega di rimuoverle se presenti).



FARE ATTIVITÀ PROMOZIONALI GENERICHE PERMESSO

Se intendete proporre:

- Sconti stagionali
- Promozioni generiche di periodo
- Inserire scritte come (ad esempio) "Benvenuto inverno", "Winter Sale", "Sport lovers welcome" e simili
- Organizzare eventi di degustazione, musica, ospitalità senza riferimenti olimpici

Potete aggiungere vetrolane ad abbellire il vostro punto vendita, ma evitando brand e marchi commerciali estesi.

Resta inteso il principio di «business as usual», ossia non fare nulla che non fareste normalmente in un analogo periodo dell'anno.

**SALDI FINO
AL 50%
PER GLI AMANTI
DELLO SCI**

THE NORTH FACE BLIZZARD



FARE ATTIVITÀ PROMOZIONALI SPECIFICHE VIETATO

Al contrario, non potete proporre:

- Sconti specifici legati all'evento
- Organizzare eventi per seguire le gare in diretta (public viewing) pubblicizzandole con - ad esempio - «Guarda le Olimpiadi qui» o «Segui l'hockey olimpico da...»
- Promozioni, incentivi o concorsi a premio come «scansione il QR code per vincere due biglietti per le Olimpiadi»
- Distribuire gratuitamente gadget e/o volantini che possano suggerire un'associazione con i Giochi

STORANTE MONTI
OFFERTA
SPECIALE
PROMO
OLIMPIADI
2026



VENDERE PRODOTTI A MARCHIO MILANO CORTINA 2026 PERMESSO

Se acquistate da:

- distributori ufficiali
- licenziatari ufficiali
- canali autorizzati

Potete chiaramente vendere prodotti a marchio Milano Cortina 2026.

Affidarsi a canali di distribuzione conosciuti da tempo, affidabili e referenziati può garantirvi di non incorrere in errori.

Tuttavia, esistono elementi distintivi per il riconoscimento dei prodotti ufficiali.



RICONOSCERE I PRODOTTI UFFICIALI

La totalità dei prodotti ufficiali in licenza (con piccole eccezioni per articoli di limitata dimensione ed alimentari) prevede l'opposizione della dicitura «OFFICIAL LICENSED PRODUCT» e del relativo ologramma anticontaffazione.

OFFICIAL LICENSED PRODUCT



OLOGRAMMA



CARTELLINI



PRODURRE O DISTRIBUIRE ARTICOLI EVOCATIVI VIETATO

Produrre e commercializzare articoli evocativi o che utilizzano i marchi di Milano Cortina 2026 è un reato penale, e le conseguenze per i commercianti possono essere molto serie.

Nel caso dell'immagine, il rimando ad una città ospitante le Olimpiadi (Bormio) insieme all'indicazione dell'anno 026 è un chiaro esempio di prodotto possibile del reato di contraffazione.

ATTENZIONE! Non è sufficiente aver acquistato in buona fede e con fattura - l'eventuale contestazione del reato sarà sempre fatta nei confronti di chi detiene per la vendita gli articoli contraffatti.



COMUNICARE CON I SOCIAL MEDIA VIETATO VS PERMESSO

Comunicare con i Social Media è per molti un esercizio quotidiano, che chiaramente può essere continuato anche durante i Giochi. E' però importante stare attenti a non creare associazioni commerciali con i Giochi anche tramite le piattaforme Social.

Consentito

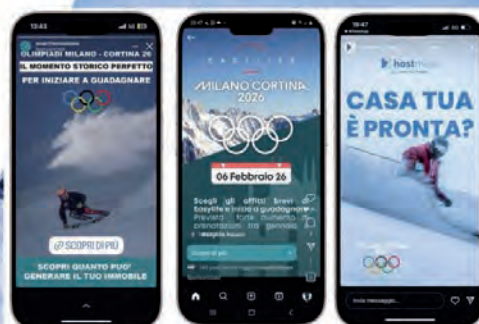
Continuare a postare come si è sempre fatto, riferendosi al fermento ed ai turisti presenti in città.

Non consentito

Sponsorizzare post utilizzando hashtag come #milanocortina2026, #olimpiadi #olympics

Fare richiami diretti come «Vienici a trovare durante le Olimpiadi»

Postare promozioni, foto del locale con cornici a tema Olimpiadi e, in generale, ogni cosa che utilizzi i marchi di Milano Cortina.



Milano Cortina 2026 sarà un momento straordinario per tutto il territorio: milioni di visitatori, un'attenzione mediatica globale e una grande occasione per mostrare il **valore, la qualità e l'ospitalità delle nostre attività commerciali.**

Gli esercenti saranno parte fondamentale di questa esperienza: **ogni negozio, bar, ristorante o bottega contribuirà concretamente all'immagine che i turisti porteranno con sé dell'Italia.**

Alla stesso tempo, proprio perché i Giochi rappresentano un evento unico e molto regolamentato, **è importante muoversi con attenzione.**

Le iniziative spontanee o non autorizzate - anche se nate in buona fede - **possono rischiare di trasformarsi in violazioni, sanzioni o richiami** che nessun esercente desidera affrontare proprio nel periodo di massima visibilità.

Per questo, il principio è semplice:

Se un contenuto, una decorazione o una promozione potrebbe anche solo sembrare collegato ufficialmente ai Giochi, allora è meglio evitarlo.

A volte basta una scelta sbagliata per compromettere un momento che dovrebbe invece essere un'opportunità per crescere, farsi conoscere e lavorare bene.

La domanda da porsi, in generale, è: **ne vale la pena?**

Nella maggior parte dei casi, **la risposta è no.**

Le Olimpiadi premiano chi lavora con qualità, correttezza e professionalità: valori che da sempre **contraddistinguono i nostri territori e le nostre attività.**



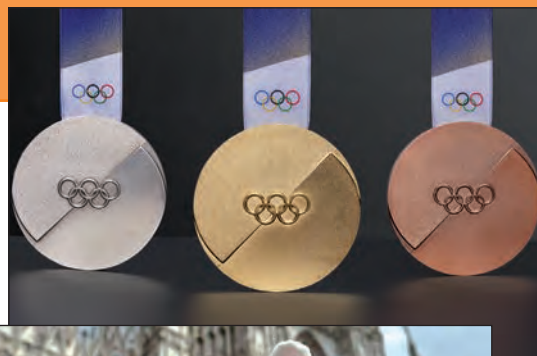
Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026

A MILANO VIETATA LA VENDITA NON AUTORIZZATA DI BIGLIETTI, BENI, GADGET E PUBBLICITÀ VICINO ALLE SEDI DI GARA. VIETATO ANCHE IL COMMERCIO AMBULANTE ITINERANTE - E' in vigore fino al 15 marzo l'ordinanza sindacale del Comune di Milano (n. 3 del 23 gennaio) che prevede una serie di divieti durante i Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina 2026.

In particolare è:

- vietata la vendita non autorizzata dei biglietti e dei titoli di accesso alle competizioni Olimpiche e Paralimpiche su tutto il territorio comunale, in qualsiasi forma esercitata;
- vietato l'esercizio del commercio su area pubblica in forma itinerante, fermo restando il rispetto dei divieti previsti dalle leggi nazionali, leggi regionali e ordinanze e regolamenti comunali, nel raggio di 500 metri da queste aree: Ice Hockey Arena di Santa Giulia, Villaggio Olimpico di via Lorenzini e Main Media Centre in zona Portello;
- vietato su tutto il territorio comunale, fermo restando il rispetto dei divieti previsti dalle leggi, nazionali, leggi regionali e ordinanze e regolamenti comunali, di pubblicità e promozione di beni e servizi non autorizzati: l'installazione di display, cartelloni pubblicitari, lo stazionamento di veicoli non autorizzati, la distribuzione di gadget promozionali e attività di volantinaggio che associno servizi e prodotti all'evento olimpico senza la relativa autorizzazione.

Per l'inosservanza degli obblighi e dei divieti dell'ordinanza si applica una sanzione che va da un minimo di 25 euro ad un massimo di 500 euro. Il trasgressore è ammesso al pagamento in misura ridotta di una somma pari a 50 euro (corrispondente al doppio del minimo) entro 60 giorni dalla contestazione o notificazione della violazione.



FINO AL 18 MARZO A MILANO DIVIETO DI INGRESSO ALLE MOTO IN UN TRATTO DELLA PREFERENZIALE 90-91 - Fino al 18 marzo a Milano divieto di transito a motoveicoli, ciclomotori e biciclette in un tratto della corsia preferenziale della 90-91 per ragioni legate allo svolgimento dei Giochi Olimpici e Paralimpici invernali di Milano Cortina 2026.

Questa misura eccezionale è stata decisa per garantire, da un lato, tempi di percorrenza adeguati agli spostamenti degli atleti, dall'altro per incrementare i livelli di sicurezza per i conducenti delle due ruote in un contesto di traffico intensificato e di regolazione prioritaria dei flussi.

Il divieto (dal 2 febbraio) è attivo nel tratto compreso tra l'incrocio viale Serra-viale De Gasperi-viale Scarampo (ovest) e piazzale Lodi (a sud-est), per una lunghezza complessiva di circa 9 km con 29 incroci.

Si tratta di un provvedimento temporaneo, ha spiegato Arianna Censi, assessora alla Mobilità di Palazzo Marino, visto l'afflusso di tutte le squadre olimpiche e dei tanti veicoli dedicati al loro trasporto: "Le rilevazioni effettuate hanno mostrato come le moto e i motorini rappresentino circa il 40% degli accessi complessivi alla corsia riservata della filovia 90-91 nelle ore di punta". L'incremento elevato di auto che utilizzeranno la preferenziale nel periodo dei Giochi "rende incompatibile, per questioni di sicurezza e di fluidità degli spostamenti, la presenza in contemporanea delle moto".

netcomm FORUM

XXI EDIZIONE

Da Netcomm gli appuntamenti 2026 tra Focus (B2B Digital Commerce il 16 di questo mese di febbraio e Payment & Logistics il 26 marzo) e webinar. Il Netcomm Forum di quest'anno, ventunesima edizione, si svolgerà il 6-7 maggio a Milano, Allianz MiCo Nord, con il titolo "Value Commerce - The New Era of Digital & Omnichannel Experience": edizione dedicata alla trasformazione del commercio digitale nell'era dell'intelligenza artificiale. Al centro – spiega Netcomm – l'evoluzione del Value

"Value Commerce" Netcomm Forum il 6 e 7 maggio

Commerce dove AI, efficienza, esperienza e responsabilità ridisegnano la filiera, i modelli organizzativi e le strategie di relazione tra brand e consumatori, alla ricerca di esperienze d'acquisto autentiche, personalizzate, e non solo convenienza. Focus speciale sull'AI

lungo la Value Chain del retail e sulle nuove competenze, con la seconda edizione del Talent Village. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza è partner degli eventi Netcomm.

Necessarie politiche a sostegno delle microimprese

I consumi continuano ad essere la spina nel fianco della nostra economia. La scarsa performance ha nei bassi redditi il suo denominatore: redditi che sono fermi non solo nel lavoro dipendente, ma anche in quello autonomo che riguarda le micropartite Iva, di commercio, artigianato e libera professione. I media dimenticano che sono proprio le microimprese, per lo più costituite sotto forma di società di persone o ditte individuali, che stanno pagando il prezzo più elevato del calo della domanda a cui si somma il rischio e la limitata copertura sociale. Alle gabelle tributarie di ogni tipo si aggiungono i contributi previdenziali obbligatori e qualche forma di assicurazione per la salute, oltre a costi locativi che a Milano, e più in generale in tutta la Lombardia, sono in crescita. Le partite Iva sono circa 5 milioni e ben oltre i 2/3 rientra nelle micro. Per lo più il dipendente è un familiare, condizione che determina miniredditi di nucleo. Per aumentare i salari del lavoro dipendente, di ogni settore, è indispensabile un aumento della produttività: quella italiana resta troppo bassa e incide sul risultato delle imprese. Per il lavoro autonomo micro è indispensabile promuovere un piano pubblico idoneo a reggere il calo e mantenersi in attività.

Il punto

Il ricorso al credito comporta un costo insostenibile, a causa di un merito creditizio difficilmente supportato da componenti patrimoniali e scarso reddito d'impresa. Il negozio e l'artigianato di vicinato è principalmente ubicato nelle periferie, per questo essenziale per gli agglomerati residenziali periferici che, in ogni città, rappresentano il 70/80% dell'intera popolazione. L'Italia del dopoguerra è ripartita grazie ad un modello industriale basato su grandi gruppi a capitale italiano e da una filiera che ha richiesto e consentito la nascita delle microattività, a loro volta fondamentali per la crescita di un benessere diffuso, impensabile prima. Sostenere le microimprese è perciò un fattore essenziale per evitare un depauperamento socioeconomico.



Bruno Villosi

Bruno Villosi

direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



Categorie interessate

Il modulo permette di richiedere online l'accesso temporaneo nella ztl Quadrilatero della moda per i veicoli:

- diretti alle autorimesse con sede in ztl; utilizzati per manifestazioni, eventi e servizi essenziali;
- di clienti di strutture ricettive con sede in ztl, per il tempo strettamente indispensabile ad effettuare le operazioni di carico e scarico bagagli, ovvero la salita e discesa dei passeggeri, negli stalli dedicati;
- di clienti di esercizi commerciali, nonché strutture ricettive, che usufruiscono dell'attività di presa in custodia, parcheggio e successiva riconsegna del veicolo, esercitato tramite i propri addetti (car-valet); di categoria L1e, L2e-U, L3e, L5e-B, L6e-BU, L7e-CU a propulsione elettrica o ibrida adibiti al servizio postale con effigi non removibili riprodotte sulla carrozzeria; destinati al trasporto cose utilizzati dai fiorai per l'allestimento di cerimonie ed eventi organizzati all'interno della ztl e i veicoli destinati al trasporto cose utilizzati dai fiorai con sede nella ztl per l'allestimento di cerimonie ed eventi al di fuori della ztl. L'autorizzazione ha validità giornaliera o per la durata dell'attività.

La deroga è riconosciuta anche ai veicoli destinati al trasporto cose utilizzati dai fiorai con

sede nella ztl per l'allestimento di cerimonie ed eventi al di fuori della ztl; in questo caso l'autorizzazione avrà validità annuale.

Poi quelli adibiti al trasporto di merci alimentari deperibili destinate ad eventi organizzati all'interno della ztl e i veicoli di imprese con sede nella ztl adibiti al tra-

sporto di merci alimentari deperibili destinate ad eventi al di fuori della ztl; i veicoli intestati ad imprese artigiane e imprese che svolgono attività di manutenzione e/o installazione che prestano occasionalmente servizio a domicilio presso le residenze e gli esercizi commerciali siti nelle località rientranti nella ztl (massimo 50 ingressi annuali, per anno solare, con associazione alla partita Iva e non al veicolo); veicoli adibiti al trasporto di cose, nella disponibilità di imprese titolari di contratti per servizi di lavanderia presso strutture ricettive e pubblici esercizi con somministrazione di alimenti e bevande situati all'interno della ztl. Deroga che ha validità annuale.

Ancora, i veicoli adibiti al trasporto di cose, categoria N, intestati a imprese artigiane e imprese, titolari di contratti di lavoro continuativi per l'erogazione di servizi afferenti le attività di costruzione, installazione e manutenzione (codici ATECORI 2007 sezione F, divisione da 41 a 43), le attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti, recupero dei materiali (codici ATECORI 2007 sezione E, divisione 38), i servizi integrati di gestione agli edifici (codici ATECORI 2007 sezione N, divisione 81) le attività di supporto per le funzioni d'ufficio (codici ATECORI 2007 sezione N, divisione 82).

Milano, deroghe ztl Quadrilatero online e non più per email

Le richieste di deroga a Milano per la ztl Quadrilatero della moda per alcune specifiche categorie vanno ora presentate online. Prima (fino al 26 gennaio) si doveva compilare un modulo cartaceo e inviarlo via email: ora la procedura online sostituisce quella via email. (CC)

Come funziona

Con la nuova procedura online la richiesta di autorizzazione deve essere presentata compilando il modulo online disponibile sul sito istituzionale del Comune di Milano nella sezione dedicata alla ztl Quadrilatero della Moda. L'accesso al modulo online richiede lo SPID o la CIE. I documenti da allegare variano in base alla categoria di veicoli selezionata.



Conf
com

Confcommercio

*Nota congiunta al Ministero
delle Infrastrutture e dei Trasporti
(lettera al ministro Matteo Salvini)*

– sono di varie dimensioni e rilievo economico, in molti casi di forte richiamo turistico, e il sistema tariffario non risparmia neppure il trasporto pubblico di linea. L'impatto sull'intero settore supera i 100 milioni di euro

Accessi alle ztl urbane di autobus e mezzi di trasporto merci Da Confcommercio e altre associazioni richiesta di regole certe con l'approvazione del decreto sui massimali tariffari

Un sistema di pagamento per l'accesso alle ztl urbane di autobus e mezzi di trasporto merci più strutturato, proporzionato e coordinato attraverso una rapida approvazione ed emanazione del decreto MIT sui massimali tariffari di accesso ai centri urbani. Questa, in sintesi, la richiesta di Confcommercio e altre associazioni d'impresa

(Confindustria, Confartigianato e Confesercenti) contenuta in una lettera congiunta inviata al ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, Matteo Salvini. Oggi sono circa 50 – si legge nella lettera – le Amministrazioni comunali che hanno istituito ztl tariffate e definito meccanismi più o meno onerosi di prelievo a carico di autobus e mezzi per il trasporto merci, declinati secondo schemi applicativi diversi e

soggetti a modifiche frequenti, attuate il più delle volte senza preavviso e poco conciliabili con le esigenze di pianificazione dei servizi di trasporto e di organizzazione dei flussi turistici. I Comuni interessati – sottolineano le quattro Organizzazioni



annui, con un'incidenza sui bilanci delle imprese che sfiora il 5% dei costi aziendali complessivi. Un aggravio non solo economico, ma anche amministrativo, incidendo sull'organizzazione e la programmazione dell'attività stessa delle imprese di trasporto, e che non ha eguali in altri Paesi europei.

Questo – secondo le Organizzazioni – rappresenta un freno allo sviluppo delle attività. Lo strumento normativo per imprimere una svolta ed individuare un siste-

ma condiviso di prelievo esiste e attende da oltre tre anni di essere attuato. Per questo motivo occorre una rapida approvazione ed emanazione del decreto

*Impatto economico
vicino al 5% dei costi
aziendali complessivi*

ministeriale sulle tariffe massime per l'accesso dei veicoli alle ztl urbane, previsto dalla riforma del Codice della Strada del 2022. È fondamentale per giungere ad un sistema unitario, equo e razionale di tariffazione degli accessi ai centri urbani, per il trasporto delle persone e delle merci, capace di contemperare le esigenze di Amministrazioni comunali, cittadini, turisti, viaggiatori e imprese.



I risultati dell'indagine, realizzata da Confcommercio Lombardia con la collaborazione di Fondazione Lombardia per l'Ambiente, presentati al Circolo del Commercio di Confcommercio Milano

Foto dell'evento di Federico Giusti

Il terziario lombardo investe sempre più in sostenibilità

Le imprese del terziario lombardo investono sempre più in sostenibilità: quasi il 90% delle

attività – dal commercio al turismo, dai servizi ai trasporti – ha infatti investito negli ultimi tre anni in azioni e progetti green e il 62% prevede, nel prossimo biennio, di realizzare interventi di efficienza energetica, di passare all'utilizzo di materiali ecologici e di servirsi di mezzi a basso impatto.

Sono i dati emersi dall'indagine realizzata da Confcommercio

Lombardia, in collaborazione con Fondazione Lombardia per l'Ambiente, presentata a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Confcommercio Milano, in occasione dell'evento formativo "Azioni per la transizione: focus green marketing" con la partecipazione dell'assessore ad Ambiente e Clima di Regione Lombardia Giorgio Maione.



L'evento "Azioni per la transizione: focus green marketing" è stato il primo di una serie di laboratori promossi da Confcommercio con la campagna "Confcommercio per la sostenibilità"

L'iniziativa – alla quale è intervenuto anche Marco Coldani, vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per le politiche ambientali e la sostenibilità – ha segnato l'avvio del primo di una serie di laboratori promossi da Confcommercio nazionale con la campagna "Confcommercio per la sostenibilità".

In Lombardia oltre il 60% delle imprese del terziario ha anche modificato il proprio modello aziendale in ottica sostenibile:

soprattutto con investimenti green, seguiti da cambiamenti nell'organizzazione aziendale, e con la partecipazione ad iniziative sociali. A muovere le attività economiche verso il cambiamento è la



I PRINCIPALI RISULTATI

Processi di cambiamento, modelli organizzativi e consapevolezza

- IL **73% ha apportato modifiche al proprio modello aziendale** in ottica ESG, realizzando **iniziative e investimenti green** e partecipando a **iniziative sociali**.
- La **principale motivazione dei cambiamenti effettuati** è avere un impatto positivo sull'ambiente e sulla società.
- La comunicazione di queste iniziative è avvenuta prevalentemente tramite **internet/social/newsletter**. Il 41% non l'ha comunicato.
- Le **imprese che non hanno apportato cambiamenti** sono state frenate soprattutto dalla **mancanza di risorse economiche** e di **conoscenze adeguate**.
- Le **imprese ritengono buono il proprio livello di sostenibilità** (punteggio medio di 7.8 in una scala da 1 a 10).

re verso i propri dipendenti – specialmente voucher, convenzioni per sanità integrativa e premi di produzione – ed oltre la metà è a conoscenza del supporto dato dal welfare contrattuale degli enti bilaterali. “Si consolida – ha dichiarato il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti - l'attenzione delle imprese del terziario lombardo alla sostenibilità. Resta il nodo delle risorse. Proprio per questo le imprese chiedono alle istituzioni, oltre ad una burocrazia più semplice e chiara, di favorire gli investimenti con contributi dedicati e finanziamenti agevolati”. “La Lombardia – ha rilevato l'assessore ad Ambiente e Clima di Regione Lombardia

Le immagini in questa pagina con i risultati dell'indagine Confcommercio Lombardia-Fondazione Lombardia per l'ambiente si riferiscono a Milano, Lodi, Monza e Brianza

volontà di migliorare le proprie performance e avere un impatto positivo su ambiente e società. A ciò si aggiunge l'attenzione da parte dei clienti (in particolare nella fascia di età tra i 36 e i 50 anni) e delle imprese alle quali forniscono beni e servizi. Chi non ha apportato modifiche è frenato soprattutto dalla mancanza di risorse economiche e di conoscenze adeguate.

Quattro imprese su dieci, inoltre, adottano politiche di welfa-

Investimenti e prospettive future

- Nell'ultimo triennio l'**86% delle imprese ha investito in sostenibilità**. Il **66% intende fare investimenti nel prossimo biennio**, soprattutto in efficienza energetica, utilizzo materiali ecologici e mezzi aziendali a basso impatto.
- Le **principali ragioni di chi non intende fare investimenti nel prossimo biennio** sono: mancanza di risorse e tema ritenuto non prioritario.
- Nonostante il rallentamento dei vincoli di sostenibilità da parte dell'Unione Europea, le imprese ritengono comunque che la **sostenibilità rimanga un elemento importante per il futuro** (punteggio medio di 7.4 su 10).

Giorgio Maione - ha scelto di non subire passivamente la

transizione ecologica, ma di governarla. Il successo del nostro modello di sviluppo risiede in un'alleanza strutturale tra Regione e sistema produttivo, consolidata da un dialogo costante con realtà come Confcommercio. Tutto ciò ha portato all'approvazione della prima legge sul clima in Italia e 650 milioni di euro stanziati negli ultimi 5 anni per progetti di economia circolare”. (NM)

Clienti e fornitori

- Per i **clienti la sostenibilità è un parametro importante** per la scelta di prodotti e servizi. La fascia di età più sensibile è quella tra 36-50 anni, seguita da quella 26-35 anni.

Welfare

- Il **55% delle imprese** adotta politiche di **welfare aziendale**, soprattutto voucher (es: buoni carburante, buoni spesa) e premi produzione.
- Il **62% delle imprese** è a conoscenza del supporto dato dal welfare contrattuale degli **Enti Bilaterali**.



Associazione italiana commercio estero

Imprese e mercati esteri Gli appuntamenti 2026 di Aice nell'anno dell'Ottantesimo

Aice, l'Associazione italiana commercio estero, celebra quest'anno gli 80 anni d'attività. Ecco il programma 2026 per dare supporto alle imprese per lo sviluppo del business sui mercati esteri. Per valorizzare l'anniversario sono previsti appuntamenti in presenza (diamo qui conto di quelli a Milano) dedicati alle imprese associate, ai partner ed agli stakeholder istituzionali. Le celebrazioni si concluderanno con un evento speciale dedicato ai soci in programma a Milano a ottobre.

► 26 marzo

in Confindustria Milano (corso Venezia 47)

ore 11.00

"Il Sistema Paese per le imprese italiane: soluzioni per l'internazionalizzazione"

► Ottobre a Milano

Festeggiamenti degli 80 anni di Aice

24 febbraio - Open Day Aice
(in Confindustria Milano,
corso Venezia 47)

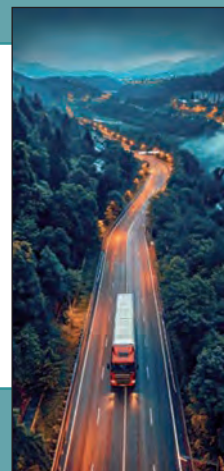
Trasporti, logistica e Incoterms® (qui solo gli appuntamenti da marzo)

► 17 marzo - ore 10 - 11.30 - webinar

"Assicurazione dei rischi catastrofali: il decreto Cat Nat, obbligo o opportunità?"

► 22 settembre - ore 10 - 11.30 - webinar

"L'importanza della polizza assicurativa nei trasporti internazionali"



Contratti internazionali e rischi legali

► 19 marzo - ore 10 - 12.30 - webinar

"Il risarcimento dei danni e altri rimedi per l'inadempimento nei contratti internazionali"

► 29 aprile - ore 10 - 11.30 - webinar

"I contratti di approvvigionamento di materie prime"

► 18 giugno - ore 10 - 12 - webinar

"Trasferite internazionali: ogni Paese ha le sue regole. Un'analisi comparata dei più importanti istituti in alcuni Paesi della Ue e in Svizzera"

► 12 novembre - ore 10 - 12.30 - webinar

"Distribuzione tradizionale e online: focus su alcune criticità"

Dogane e compliance*(qui solo gli appuntamenti da marzo)*▶ **10 marzo** - ore 10 – 12 - *webinar***(a pagamento per i non soci)**

“L'importanza della determinazione dell'origine preferenziale e non preferenziale negli scambi con l'estero”

▶ **9 aprile** - ore 10 – 12 - *webinar*

“La compliance doganale tra nuove sanzioni, strumenti di difesa e impatti sui modelli 231”

▶ **19 maggio** - ore 10 – 12 - *webinar*

“Istruzioni per i documenti doganali: fattura, bolla doganale import-export, mandato”

▶ **26 maggio** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“Sdoganamento centralizzato europeo: dalla teoria alla pratica”

▶ **23 giugno** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“Go global: strumenti per l'export italiano (sdoganamento a destino)”

▶ **20 ottobre** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“L'elusione delle misure restrittive: casi pratici, rischi e presidi per le imprese”

▶ **17 novembre** - ore 10 – 12 - *webinar*

“Come tutelare l'azienda dai rischi doganali nei contratti di fornitura e di vendita internazionale”

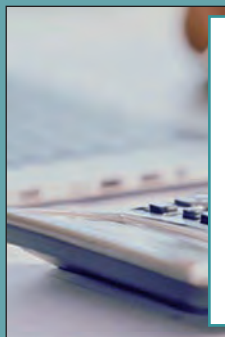
**Fiscalità internazionale***(qui solo gli appuntamenti dopo febbraio)*▶ **12 maggio** - ore 10 – 11 - *webinar*

“Gli obblighi Epr per il commercio estero: packaging tax e textile tax in Ue”

▶ **3 novembre** - ore 9.30 – 12.30 - *seminario in presenza*

(in Confcommercio Milano, corso Venezia 47)

“Le triangolari nelle operazioni internazionali”

**Mercati e opportunità internazionali**▶ **12 marzo** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“Entrare negli Stati Uniti: modelli societari, joint venture e operazioni M&A”

▶ **14 aprile** - ore 10 – 12 - *webinar*

“Normativa cinese sul Dual use e impatto delle recenti modifiche”

▶ **23 aprile** - ore 10 – 12 - *webinar*

“Entrare e crescere in India: canali, partner e modelli commerciali”

▶ **21 maggio** - ore 10 – 15 - *evento in presenza*

(in Confcommercio Milano, corso Venezia 47)

“Stati Uniti d'America: opportunità e strategie per il 'Made in Italy' e incontri one2one”

▶ **4 giugno** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“Opportunità di business in Malaysia”

▶ **2 luglio** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“Il sistema dei visti e di incentivi agli investimenti esteri in Usa: tra miti e realtà”

▶ **29 settembre** - ore 15 -16 - *webinar*

“Navigare il mercato Usa: opportunità e sfide per le pmi italiane”

▶ **27 ottobre** - ore 10 – 11.30 - *webinar*

“Opportunità di business in Mongolia”

**Pagamenti internazionali**▶ **15 ottobre** - ore 10 – 12 *webinar*

“Dalla teoria alla pratica: gestire con successo una lettera di credito”

▶ **22 ottobre** - ore 10 – 11.30 *webinar*

“Le garanzie bancarie”

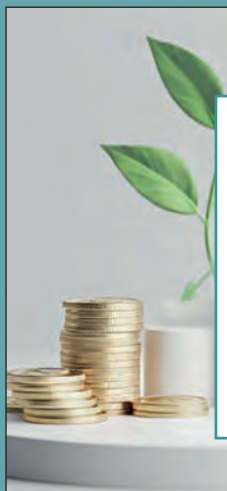
▶ **29 ottobre** - ore 10 – 11.30 *webinar*

“L'incasso documentario”

▶ **5 novembre** - ore 10 – 11 *webinar*

“Ottimizzare la gestione dei flussi internazionali sfruttando gli schemi di pagamento locali”

▶ ▶ ▶ segue a pag. 18 ▶ ▶ ▶



Finanziamenti e incentivi

(qui solo gli appuntamenti da marzo)

- ▶ **31 marzo** - ore 10 – 11.30 – *webinar*
“Come partecipare con successo alle gare internazionali”
- ▶ **28 aprile** - ore 10 – 11.30 – *webinar*
“Bandi e finanziamenti all'export: quale strumento scegliere?”

- ▶ **28 maggio** - ore 11 – 12 – *webinar*
“Strategie e strumenti per competere in Africa: le soluzioni per le imprese”
- ▶ **13 ottobre** - ore 11 – 12 – *webinar*
“Le soluzioni Simest per la crescita all'estero: finanziamenti e-commerce, fiere ed eventi e inserimento mercati”

Normative, certificazioni e regolamenti tecnici

(qui solo gli appuntamenti da fine febbraio)

- ▶ **26 febbraio** - ore 10 – 11.30 – *webinar*
“Accesso al mercato saudita per prodotti che ricadono nello schema Saudi Quality Mark”
- ▶ **5 marzo** - ore 10 – 11.30 – *webinar*
“Certificazioni per i Paesi nel Middle East, panoramica delle principali certificazioni richieste per i prodotti di consumo”
- ▶ **24 marzo** - ore 10 – 12 – *webinar*
“Cbam oltre la soglia: analisi critica della fase definitiva, esperienze e strategie per una gestione efficace”
- ▶ **16 aprile** - ore 10 – 11.30 – *webinar*
“Aggiornamenti sulle microplastiche e pfas (polyfluoralkyl substances)”
- ▶ **21 aprile** - ore 10 – 11.30 *webinar*
“Focus sulle certificazioni per Zimbabwe e Mozambico”
- ▶ **11 giugno** - ore 10 – 12 – *webinar*
“Ppwr 2025: obblighi, opportunità e impatti per le imprese del nuovo regolamento sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio”

- ▶ **16 giugno** - ore 10 – 12 – *webinar*
“Comunicare la sostenibilità con consapevolezza e credibilità: punti di attenzione e strumenti per le imprese”
- ▶ **15 settembre** - ore 10 – 12
webinar
“Digital passport ed economia circolare. L'importanza della tracciabilità e della verifica dei claim”
- ▶ **1 ottobre** - ore 10 – 11.30
webinar
“Vendere in Iraq: procedure di esportazione”
- ▶ **19 novembre** - ore 10 – 11.30
webinar
“Quality control, expediting e pre-shipment inspection”
- ▶ **3 dicembre** - ore 10 – 11.30
webinar
“Focus sulle certificazioni in vigore nell'area West e East Africa – Costa d'Avorio e Camerun – Kenya, Uganda, Tanzania”



Organizzazione e gestione aziendale

(appuntamenti in presenza salvo modifiche)

- ▶ **5 maggio** - ore 14.30 – 16.30 – *workshop* - “Modelli di organizzazione aziendale”
- ▶ **8 giugno** - ore 14.30 – 16.30 – *workshop* - “La gestione della delega in azienda”
- ▶ **6 luglio** - ore 14.30 – 16.30 – *workshop* - “La gestione del conflitto in azienda”

Per informazioni

(Associazione italiana
commercio estero -
corso Venezia 47 -
Confcommercio Milano)

Tel. 02 7750320

aice@unione.milano.it

www.aicebiz.com

Servizio Aice “Parliamone con l'avvocato” Gli appuntamenti 2026

Nel box le date (da marzo) per gli appuntamenti di “Parliamone con l'avvocato”, il servizio periodico di consulenza legale gratuito offerto agli associati da Aice. Questo servizio offre l'opportunità alle aziende associate di ricevere un primo orientamento su questioni di contrattualistica internazionale e gestione delle controversie transfrontaliere, grazie all'esperienza dell'avvocato Paolo Lombardi e dello studio legale ELEXI. L'incontro personale con l'azienda ha la durata di circa 45 minuti e permette di affrontare tematiche relative ai rapporti commerciali internazionali. Nel contesto delle relazioni commerciali globali, le aziende devono affrontare numerose sfide, tra cui la corretta definizione degli aspetti contrattuali fin dalle fasi iniziali. La protezione dei diritti e la prevenzione di even-



- ✓ mercoledì 11 Marzo 2026
- ✓ mercoledì 15 Aprile 2026
- ✓ mercoledì 13 Maggio 2026
- ✓ mercoledì 17 Giugno 2026
- ✓ mercoledì 15 Luglio 2026
- ✓ mercoledì 16 Settembre 2026
- ✓ mercoledì 14 Ottobre 2026
- ✓ mercoledì 18 Novembre 2026
- ✓ mercoledì 16 Dicembre 2026

tiche, riscontrando un crescente interesse tra le proprie aziende associate. Per rispondere a queste esigenze,

Per ulteriori informazioni
o per prenotare un appuntamento:

Raffaella Perino

02 7750320

raffaella.perino@unione.milano.it

te alla contrattualistica internazionale e alla risoluzione delle controversie.

tuali conflitti sono fondamentali per evitare controversie che, qualora insorgano, possono rivelarsi particolarmente lunghe e onerose. È quindi essenziale affrontare le criticità per minimizzare i rischi di danni difficili da risolvere.

Aice ha da tempo dedicato attenzione a queste problema-

l'Associazione ha perciò attivato questo servizio di consulenza legale gratuita che fornisce alle aziende un primo supporto per affrontare correttamente le sfide lega-

Intelligenza Artificiale (IA)

(qui solo gli appuntamenti da fine febbraio)

► 7 maggio - ore 10 – 11.30 – webinar

“Quando a inventare è l'IA – regole, rischi e opportunità per le imprese. Creatività artificiale e diritti reali, le nuove sfide per la proprietà intellettuale”

► 25 giugno - ore 10 – 12 – webinar

“La normativa europea e italiana sull'Intelligenza artificiale: come adeguarsi alle nuove regole”

► 24 novembre - ore 10 – 11 – webinar

“L'evoluzione dell'IA nell'ecosistema digitale cinese e le sue implicazioni per l'export italiano”

Focus settoriali

► 5 maggio - ore 10 – 11.30 – webinar

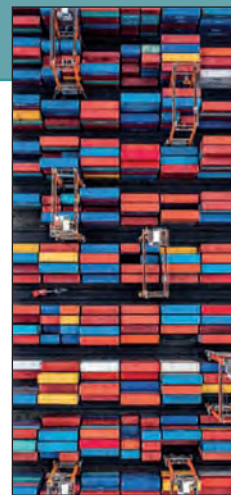
“L'industria dei mobili e delle luci per l'area Eac: Russia, Bielorussia, Kazakistan, Armenia e Kirghizistan”

► 7 luglio - ore 10 – 11.30 – webinar

“Dalla safety alla cybersecurity: l'evoluzione del concetto di sicurezza nel mondo delle macchine industriali”

► 6 ottobre - ore 10 – 11.30 – webinar

“Panoramica delle regolamentazioni chimiche per prodotti elettrici ed elettronici”



Sarà nel marzo 2027
la sesta edizione
di GO INTERNATIONAL
La fiera dei servizi
per l'export



Manager dell'internazionalizzazione

IMIT: gli appuntamenti 2026

Programma 2026 di IMIT (Italian Managers for International Trade) con webinar ed eventi in presenza.

IA & Digital Intelligence per l'internazionalizzazione

1 aprile - h 10.30

"L'IA per la Business Intelligence nelle PMI: accessibili e trasformazione"

6 maggio - h 10.30

"Digital Export & IA: le nuove opportunità per accelerare le vendite all'estero"

15 giugno - h 10.30

"Caso pratico di utilizzo di IA Agents in una PMI italiana"

21 ottobre - h 10.30

"IA a supporto della gestione delle relazioni internazionali"

16 novembre - h 10.30

"Caso pratico di utilizzo di AI Agents in una PMI italiana"

Geografie che contano: Mercati Esteri & Opportunità Paese

(appuntamenti da marzo)

4 marzo - h 10.30

"Espandere il Business in America: vantaggi competitivi, dazi e storie di successo italiane"



11 marzo - h 10.30

"Africa: un continente di opportunità per le PMI. Focus su Etiopia e Libia"

22 aprile - h 10.30

"L'Africa guarda al futuro. E tu? Opportunità e sfide dei mercati dell'Africa occidentale, con focus sul Senegal"

8 luglio - h 14.30

"Cina: il nuovo Piano Quinquennale 2026-2030, sfide e opportunità per le aziende italiane"

Export Manager 4.0 competenze che fanno la differenza

3 marzo - h 15

"ISO 31030 in tema di Travel Risk Management"

18 marzo - h 15

"Manager Internazionale: come diventare un worldwide di successo"

15 aprile - h 10.30

"Roadmap per la creazione di filiali estere"

8 giugno - h 10.30

"Certificazione EXIM"

28 ottobre - h 10.30

"Competenze del Digital Export Manager dell'Area di Central Asia e le opportunità da seguire"



Finanza per l'export: bandi, incentivi e strumenti di pagamento
(appuntamenti da fine febbraio)

25 febbraio – h 10.30

“Gli strumenti finanziari per supportare i progetti per la creazione di nuove imprese femminili”

30 settembre – h.10.30

“La sicurezza di incassare i crediti commerciali per far crescere il tuo export”

Nuovi trend e soft skill

(appuntamenti dopo febbraio)

8 aprile – h 10.30

“Export Talk: strategia in dialogo”

20 maggio – h 10.30

“Le Zone Economiche Speciali in Italia: come le imprese possono sfruttare le ZES per competere”



13 maggio – h 15

“Oltre la delocalizzazione: il nuovo paradigma della collaborazione Italia-Polonia. Da una visione outsourcing e supply chain a partnership strategiche e co-innovazione”

3 giugno – h 10.30

“HSE: sicurezza sul lavoro e normativa in Cina”

17 giugno - h 10.30

“Normative e compliance doganale internazionale”

Eventi in presenza

(appuntamenti dopo febbraio)

6 maggio (a Milano) – h 13.30

Evento annuale IMIT. Andare all'estero: cosa non funziona (e come migliorare)

Corso di certificazione

Manager esperto di processi di import/export ed internazionalizzazione (Exim Manager) UNI 11823:2021. Il corso (via Teams) inizia in questo mese di febbraio e termina a ottobre: 75 ore di percorso + 15 ore di webinar/corsi

Regole del gioco internazionale. Normative, compliance & Trade Policy

(appuntamenti da marzo)

30 marzo – h 10.30

“Made in...Dove? Scoprire, gestire e difendere l'origine delle merci”



**FACCIAMO CRESCERE
IL “MADE IN ITALY”
NEL MONDO**



02 7750320

info@assimit.it



www.assimit.it

Per informazioni: 027750320 - info@assimit.it www.assimit.it

*Direzione Settore Commercio Estero
Confcommercio Milano
Lodi, Monza e Brianza*

Sportello Intrastat Il calendario del 2026

Pubblichiamo – da questo mese di febbraio (box) - il calendario degli appuntamenti 2026 dello Sportello Intrastat organizzato dalla Direzione Settore Commercio Estero di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (tel. 027750456/344 email commercio.estero@unione.milano.it) e messo a disposizione delle aziende associate (mensilmente, prima della data di apertura dello Sportello, viene inviata una circolare che conferma la data indicata nel calendario).

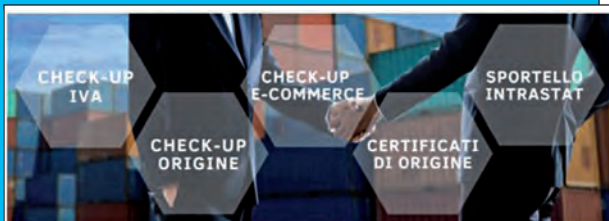
Lo Sportello Intrastat assiste le imprese nell'adempimento degli obblighi relativi alla compilazione dei modelli Intrastat. Grazie allo Sportello Intrastat, le aziende associate hanno più vantaggi: risparmio economico; completa assistenza in caso di controlli delle autorità doganali; sgravio da responsabilità per eventuali errori commessi nella compilazione del modello Intrastat.



Per info:

Direzione Settore Commercio Estero
Confcommercio Milano, corso Venezia 47
Tel. 027750456-344
commercio.estero@unione.milano.it

MARTEDÌ 10 FEBBRAIO	GENNAIO
MARTEDÌ 10 MARZO	FEBBRAIO
VENERDÌ 10 APRILE	MARZO E 1° TRIMESTRE
LUNEDÌ 11 MAGGIO	APRILE
GIOVEDÌ 11 GIUGNO	MAGGIO
VENERDÌ 10 LUGLIO	GIUGNO E 2° TRIMESTRE
MERCOLEDÌ 5 AGOSTO	LUGLIO
VENERDÌ 11 SETTEMBRE	AGOSTO
LUNEDÌ 12 OTTOBRE	SETTEMBRE E 3° TRIMESTRE
MERCOLEDÌ 11 NOVEMBRE	OTTOBRE
GIOVEDÌ 10 DICEMBRE	NOVEMBRE
LUNEDÌ 11 GENNAIO 2027	DICEMBRE E 4° TRIMESTRE 2026



*Tutti i servizi della Direzione Settore Commercio Estero
di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza*

informa
Unione

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

www.confcommerciomilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Barbieri

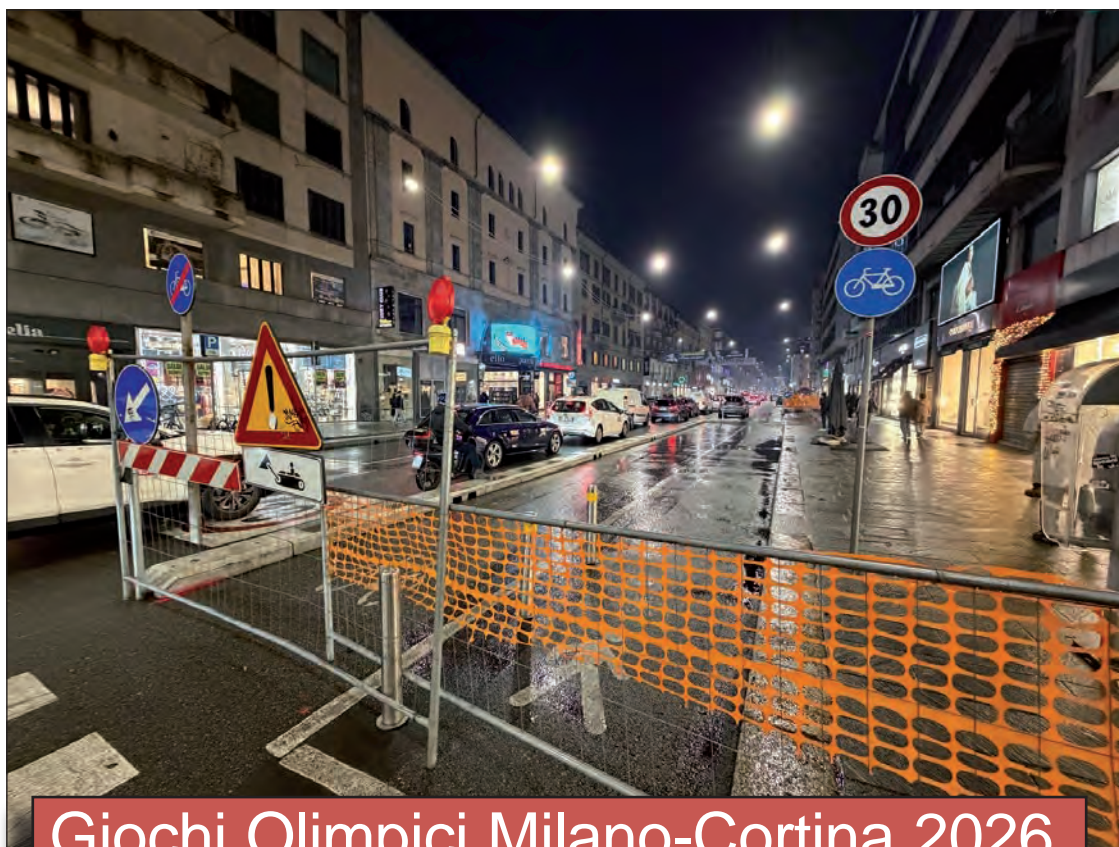
EDITORE
PROMO.TER Unione
Sede e amministrazione:
corso Venezia 47/49 - 20121 Milano

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



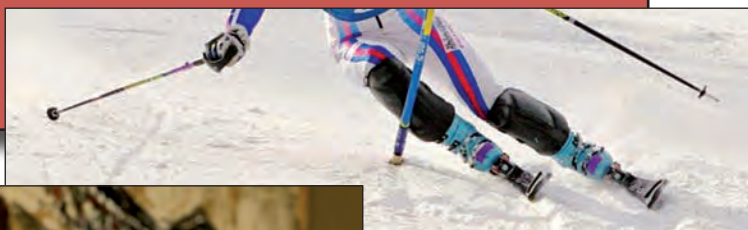
e attività commerciali. Una situazione che, naturalmente, ha subito destato preoccupazione tra gli operatori economici del corso che da mesi attendevano la fine degli interventi per poter accogliere nel migliore dei modi i turisti e i visitatori che, in questo periodo, si recano in città per uno degli eventi sportivi più importanti a livello internazionale. Per i Giochi invernali, ha affermato Gabriel Meghnagi, vicepresidente di Confcommercio Milano e presidente di Ascobaires, non tutti i commercianti di

corso Buenos Aires

possono perciò beneficiare delle opportunità economiche legate all'evento:

“Molte attività rischia-no di restare penalizzate proprio durante un periodo che

Giochi Olimpici Milano-Cortina 2026 Per corso Buenos Aires lo “slalom” fra i cantieri



Gabriel Meghnagi (qui a sinistra) e (in alto) lavori in corso Buenos Aires a Milano (foto interruzione per cantiere di Federico Giusti)



Gabriel Meghnagi, vicepresidente di Confcommercio Milano e presidente di Ascobaires:
“L’auspicio era che i lavori potessero essere completati prima dell’avvio dell’evento”

Corso Buenos Aires a Milano - uno dei principali assi commerciali della città - anche durante i Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano-Cortina 2026 è interessato da cantieri che ne limitano la piena fruibilità. I lavori di riqualificazione, avviati a fine settembre 2024, per l'allargamento dei marciapiedi e la

messaggio in sicurezza della pista ciclabile, non risultano, infatti, ancora conclusi. Nel momento in cui si scrive diversi tratti del corso risultano ancora interessati dai lavori, con inevitabili disagi per pedoni, clienti

avrebbe potuto rappresentare un'occasione straordinaria di rilancio”.

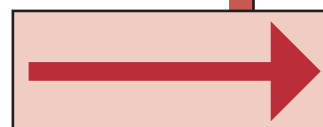
“L’auspicio era che i lavori potessero essere completati prima dell’avvio dei Giochi o, quantomeno, che l’Amministrazione comunale valutasse una sospensione temporanea dei cantieri – ha continuato Meghnagi - così da garantire la piena accessibilità e visibilità dell’asse commerciale”.

Invece si è aperto il cantiere nel tratto da via Plinio a via Redi; “inoltre – ha ricordato Meghnagi - altri cantieri lungo l’asse commerciale devono essere ancora conclusi”.

Le imprese centenarie associate premiate dal Comune di Milano

(vedi pagina di fronte)

- ▶ Antica Barbieria Colla - BARBIERE - 1904 - Via G. Morone 3
- ▶ Antico Pastificio Moscova - PASTIFICIO - 1925 - Via Moscova 27
- ▶ Arnaldo Castelli - ARTICOLI ELETTRICI IDRAULICI, CASALINGHI - 1902 - Via Pontaccio 12/A
- ▶ B. Lorenzi di Ilde e Lucia - PROFUMERIA - 1908 - Via Sarpi Paolo 62
- ▶ Bar Magenta - BAR - 1907 - Via G. Carducci 13
- ▶ Biciclette Drali - RICAMBI PER CICLI E MOTOCICLI - 1925 - Via Palmieri 25
- ▶ Biffi - RISTORANTE - 1867 - Galleria Vittorio Emanuele II 23
- ▶ Bolzani Cornici e Stampe - CORNICI E STAMPE - 1922 - Galleria Privata Strasburgo 3
- ▶ Borsalino - VENDITA ACCESSORI DI ABBIGLIAMENTO - 1883 - Galleria Vittorio Emanuele II 92
- ▶ Boscani Nova Tende in legno e tappeti - TENDE E TAPPETI - 1904 - Via M. U. Traiano 38/A
- ▶ Camiceria Milanese - VENDITA DI BIANCHERIA, MAGLIERIA, CAMICIE - 1922 - Via Dogana 2
- ▶ Cappelleria Melegari - CAPPELLERIA BERRETTI - 1914 - Via Sarpi Paolo 9
- ▶ Cappelleria Mutinelli - ABBIGLIAMENTO - CAPPELLI E ACCESSORI - 1888 - Corso Buenos Aires 5
- ▶ Casalinghi Mambriani - CASALINGHI - 1920 - Via Belfiore 14
- ▶ Ceratina - CASALINGHI - 1919 - Via Camperio Manfredo 1
- ▶ Cova Pasticceria - CAFFETTERIA PASTICCERIA: SALA DA TE - 1817 - Via Montenapoleone 8
- ▶ da Berti - RISTORANTE - 1843 - Via Algarotti 20
- ▶ Ditta Andrea Spinardi - FERRAMENTA - 1907 - Corso Porta Romana 74
- ▶ Ditta Davide Collini di F.lli Bugada - CASALINGHI COL TELLERIA - 1883 - Corso Buenos Aires 42
- ▶ Drogheria Radrizzani Enoteca - MINIMARKET - 1910 - Viale Piave 20
- ▶ F. Pettinaroli - CARTOLERIA - 1881 - Via Brera 4
- ▶ Farmacia San Gottardo - FARMACIA - 1886 - Via Pavia 1
- ▶ Fortura Giocattoli - GIOCATIOLI - 1917 - Via Olmetto 10
- ▶ Fratelli Prada - PELLETERIA ABBIGLIAMENTO - 1913 - Galleria Vittorio Emanuele II 63/65
- ▶ G. Turci Calzature - COMMERCIO AL DETAGLIO DI CALZATURE E ACCESSORI - 1907 - Piazzale Stazione Genova 3
- ▶ Galleria Bolzani - GALLERIA D'ARTE - 1922 - Via G. Morone 2
- ▶ Gioielleria Brunetti - GIOIELLERIA OROLOGERIA - 1925 - Via Rombon 33
- ▶ Gioielleria Cielo - GIOIELLERIA OREFICERIA - 1922 - Piazza Duomo 19
- ▶ Gioielleria Labadini - GIOIELLERIA, OROLOGERIA - 1909 - Via F. Anzani 2
- ▶ Grimoldi - OREFICERIA OROLOGERIA - 1889 - Piazza del Duomo 21
- ▶ Il panificio di Pizzochero - PANIFICIO - 1925 - Piazza Oberdan 2
- ▶ Jamaica - BAR RISTORANTE CAFFE' - 1911 - Via Brera 32
- ▶ Libreria Bocca - LIBRERIA - 1775 - Galleria Vittorio Emanuele II 12
- ▶ Macelleria Brigo - MACELLERIA - 1892 - Via Santa Croce 1
- ▶ Macelleria Maggio di Biassoni - MACELLERIA - 1922 - Viale Monza 78
- ▶ Miracoli Romeo & figlio - FABBRICAZIONE E COMMERCIO DI ARGENTERIA - 1912 - Via Burigozzo 3
- ▶ Moroni gomma - ARTICOLI GOMMA PLASTICA - 1919 - Corso Garibaldi 2
- ▶ O. Lorenzi - COLTELLERIA - 1919 - Corso Magenta 1
- ▶ Oreficeria Piccolo - OREFICERIA OROLOGERIA - 1918 - Via Vincenzo Monti 34
- ▶ Ottica Aleardi - VENDITA ARTICOLI DI OTTICA - 1919 - Corso San Gottardo 2
- ▶ Ottica Arnaldo Chierichetti - OTTICA - 1914 - Corso di Porta Romana 74
- ▶ Panificio Cella Antonio - PANIFICIO - 1925 - Via Paulucci de Calboli 3
- ▶ Panzerotti Luini - PANIFICIO - 1888 - via Santa Radegonda 16
- ▶ Pasticceria Sommariva - PASTICCERIA BAR - 1919 - Via Crema 25
- ▶ Peck - SALUMERIA E GASTRONOMIA - 1883 - Via Spadari 9
- ▶ Pizzeria da Giuliano - PIZZERIA - 1923 - Via Sarpi Paolo 60
- ▶ Rimoldi Ottico in Milano - OTTICA - 1907 - Viale G. D'Annunzio 9
- ▶ Ristorante al Mercante - RISTORANTE - 1919 - Via Cesare Cantù 7
- ▶ Sangalli - OROLOGERIA GIOIELLERIA - 1900 - Via Bergamini 7
- ▶ Sanguinetti Francobolli - FILATELIA - 1906 - Via Solari 3
- ▶ Savinelli - VENDITA DI PIPE E ARTICOLI PER FUMATORI - 1876 - Via Orefici 2
- ▶ Savini - RISTORANTE - 1867 - Via Ugo Foscolo 5
- ▶ Scavia - GIOIELLERIA - 1919 - Via della Spiga 9
- ▶ Trattoria Milanese - TRATTORIA - 1918 - Via S. Marta 11
- ▶ Valigeria Canevari - VALIGERIA - 1925 - Via Pecchio 1
- ▶ Villa - OREFICERIA GIOIELLERIA - 1876 - Via San Carpoforo 3
- ▶ Zucca in Galleria - Campanino - BAR RISTORANTE - 1867 - Piazza Duomo 21



Con la collaborazione del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



Evento del Comune al Teatro Oscar con l'assessora Alessia Cappello e Giacomo Poretti (Aldo Giovanni e Giacomo)



abbigliamento dal 1768), la Libreria Bocca (inizio attività 1775) e la Ditta Raimondi Pettinaroli (cartoleria dal 1776). Sono emerse le storie delle attività commerciali centenarie: alcune sono rimaste proprietà delle famiglie fondatrici passando la gestione di padre in figlio; altre hanno cambiato proprietà adattandosi ai mutamenti sociali, economici e politici che inevitabilmente un secolo di storia porta con sé. Alcune sono state protagoniste di progetti di radicale cambiamento e di ampliamento del locale o del marchio non mutando, però, l'identità che le caratterizza. Inoltre, l'avvento degli strumenti digitali ha permesso di far conoscere prodotti e servizi al di fuori della cerchia dei quartieri e della città oltre che, in alcuni casi, di rappresentare il saper fare artigianale milanese, attraverso video e social media. I negozi che hanno raggiunto l'importante traguardo dei cento anni, con la varietà dei prodotti venduti e la reputazione che una

Milano, premiate le imprese storiche centenarie

A Milano, al Teatro Oscar, premiate dal Comune 110 imprese storiche centenarie, molte associate alla Confcommercio milanese presente con il Club Imprese Storiche (con il presidente Andrea Sangalli): un'iniziativa speciale con Alessia Cappello, assessora allo Sviluppo economico e Politiche del Lavoro di Palazzo Marino e l'attore comico Giacomo Poretti – del trio Aldo, Giovanni e Giacomo – che ha condotto l'evento celebrando la loro storia e il loro valore nel tessuto sociale e commerciale della città. Tanti i settori delle "botteghe" che hanno compiuto e superato i cento anni di attività e ricevuto il riconoscimento: panetterie, pasticcerie, macellerie, farmacie, negozi di abbigliamento, cappellerie, pastifici. E ancora gioiellerie e orologerie, librerie, bar e ristoranti (la categoria più numerosa). Tutte hanno un'attività risalente almeno al 1925, ma tra le premiate una è nata nel 1200, quattro risalgono al 1700, 35 botteghe risultano attive già dall'Ottocento, mentre 71 si sono sviluppate nel corso del Novecento. Le cinque attività più antiche di Milano premiate dal Comune sono: l'Antica Trattoria Bagutto (dal 1284), l'Antica Farmacia Lazzaretto (inizio attività 1750), la Ditta Guenzati (tessuti e

*La partecipazione del Club
Imprese Storiche
della Confcommercio milanese*



buona gestione ha garantito loro di costruire nel tempo, sono diventati un punto di riferimento per tanti milanesi e per una clientela anche internazionale. "Oltre a essere un baluardo di tradizione, competenza e saper fare – ha dichiarato l'assessora Cappello – le botteghe storiche centenarie di Milano rendono più vivaci e più attrattivi i nostri quartieri per chi ci abita e non soltanto, tanto da essere ricercate da visitatori e turisti di tutto il mondo. Inoltre, chi guida imprese così longeve costituisce un esempio di passione, determinazione, esperienza e capacità imprenditoriale per tanti giovani che si apprestano ad entrare nel mondo del lavoro, nel settore del commercio".



Foto di Federico Giusti



Gravi ripercussioni per le imprese della filiera della tavola e della casa, aumento dei prezzi e rischio per l'ambiente

mercio, ha lanciato l'allarme ed auspica un ripensamento da parte della Commissione UE. Secondo ART, che si unisce in questo senso alle preoccupazioni manifestate da altri attori della filiera, l'aumento del dazio avrebbe l'effetto di rendere non più economica-

mente sostenibile l'importazione di moltissimi articoli oggi alla base dell'assortimento commerciale nei settori della casa, della ristorazione, dell'ospitalità, della distribuzione alimentare e non alimentare.

La Cina produce i due terzi degli articoli da tavola e da cucina in ceramica e porcellana mentre l'industria dell'Unione Europea "pesa" circa il 3% di questo mercato. In questo contesto le conseguenze sarebbero, perciò, estremamente gravi: tra queste l'aumento dei prezzi al consumo per i prodotti di fascia bassa e media di uso corrente in una misura stimata del 50/60%; il blocco degli approvvigionamenti; la crisi o, addirittura, la chiusura delle imprese di importazione con i conseguenti costi sociali; l'abbandono da parte di imprese e consumatori dei prodotti in ceramica e

porcellana a favore di prodotti in materie alternative (come plastica e melamina) che hanno una durata nettamente inferiore e che comportano un notevole impatto ambientale in fase di smaltimento.

"Pensiamo - afferma ART - che si tratti di una misura incompatibile con i principi di proporzionalità, adeguatezza ed equilibrio richiamati dalla normativa

europea ed auspichiamo che la Commissione Ue ci ripensi. La produzione cinese non è realisticamente sostituibile nel breve/medio periodo con nessun'altra produzione. Un dazio del 79% non potrà perciò ridare spazi di competitività all'industria europea del settore con l'unico risultato di minare gravemente il mercato dell'importazione senza creare una

La proposta europea di adottare un dazio unico del 79% - a cui si aggiungerebbe un dazio doganale ordinario del 12%: per un totale, quindi, del 91% - sulle importazioni di oggetti per la tavola e la cucina in ceramica e porcellana di origine cinese, rischia di avere gravissime ripercussioni sulle imprese del settore e i consumatori. ART, l'Associazione di rappresentanza delle imprese italiane della distribuzione, importazione, produzione e commercio al dettaglio di articoli per la tavola, la cucina e la decorazione della casa aderente a Confcom-

ART: con i nuovi dazi UE antidumping non sarebbe più sostenibile l'importazione di ceramiche e porcellane cinesi
Ma non c'è alternativa: la produzione europea è totalmente insufficiente

L'Associazione Confcommercio dei produttori, importatori, distributori, agenti e rivenditori di articoli per la tavola, la cucina, il regalo e la decorazione della casa: serve equilibrio, la Commissione UE ci ripensi



Angelo Maino, presidente di ART

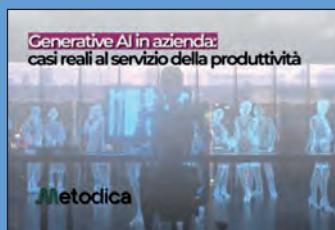
reale alternativa produttiva. Giusto difendersi dalla concorrenza sleale, ma con equilibrio". (FG)

Webinar 2026 Asseprim su Servizi Pro Impresa Formazione continua per le imprese dei servizi



Anche in questo 2026 Servizi Pro Impresa, il portale di info sharing nato per favorire la crescita delle imprese di servizi associate ad Asseprim e Confcommercio, propone un ricco calendario di webinar gratuiti su temi chiave per il mercato professionale e delle

imprese. I webinar rappresentano un'opportunità di aggiornamento per dirigenti, consulenti, HR, responsabili marketing e CFO, toccando argomenti di attualità come digital marketing, risorse umane, sostenibilità, innovazione e gestione finanziaria.



Tra i principali appuntamenti già programmati per il primo semestre 2026 emergono:

- ❑ **23 febbraio** – “Benessere in azione”: strumenti concreti per promuovere il benessere organizzativo come leva per crescita delle performance aziendali.
- ❑ **2 marzo** – “Generative AI in azienda”: casi reali su come l'Intelligenza Artificiale generativa sta impattando su diverse funzioni aziendali.
- ❑ **9 marzo** – “Le principali novità previste dalla ISO 9001 DIS”: uno sguardo alle evoluzioni dello standard qualità in uscita in questo 2026.
- ❑ **16 marzo** – “Conversazioni difficili e conflitti in azienda” e **23 marzo** – “Proteggere la reputazione”: due momenti formativi dedicati alla comunicazione interna e alla gestione delle crisi.
- ❑ **30 marzo** – “Diventare B-Corp: come e perché costituirsi società Benefit”: vantaggi delle aziende impegnate a livello ambientale e sociale.
- ❑ **13 aprile** – “Il metodo che usa l'IA per allineare la strategia aziendale alla performance individuale”: approfondimento su KPI, soft skill e strumenti AI per la crescita manageriale.
- ❑ **11 maggio** – “AI Act e gli impatti ESG”: allineare AI Act e sostenibilità per lo sviluppo aziendale.



Tutti i webinar sono erogati in modalità online, gratuiti, e costruiti per fornire contenuti pratici, casi reali, strumenti immediatamente applicabili alle realtà professionali e di impresa. I webinar di Servizi Pro Impresa rappresentano pillole di approfondimento professionale che permettono alle azien-

de ed ai professionisti di restare aggiornati sulle novità normative, tecniche e strategiche senza spostarsi dalla propria postazione. I temi trattati riflettono le principali sfide e opportunità che il mercato dei servizi affronta quest'anno, offrendo spunti operativi e confronti di valore. Un format flessibile per una formazione continua. (AT)

Per vedere il calendario completo, iscriversi e rivedere o scaricare le slide dei singoli webinar:
www.serviziproimpresa.it – sezione Webinar

Indeed e Assofranchising: la business unit per rendere più efficiente l'incontro fra domanda e offerta di lavoro nel franchising

Con circa 295mila addetti occupati nelle reti, il franchising si conferma tra i settori più attivi sul fronte delle risorse umane. Secondo Indeed, sito dedicato alla ricerca del lavoro, negli ultimi 5 anni le offerte di impiego nell'ambito Food Preparation & Service sono aumentate del 200% e del 91% nel retail. Alla luce di questi trend, quattro anni fa è nato un progetto dedicato ad Assofranchising, l'Associazione di rappresentanza del franchising italiano aderente a Confcommercio, insieme a Indeed con l'obiettivo di analizzare in modo approfondito le dinamiche, le criticità e le caratteristiche specifiche del settore e rendere più efficace il recruiting. Progetto che ha determinato la nomina di Elisa Verre a nuovo direttore commerciale per il team di Indeed dedicato al suppor-



Elisa Verre, sales director
Indeed

to strategico delle aziende in franchising. La nascita di questa business unit riconosce l'importanza strategica del franchising che genera oltre 35,8 miliardi di euro di giro d'affari ed è un motore fondamentale per l'occupazione. "Il franchising è un comparto ad alta intensità di lavoro, in cui il ruolo delle risorse umane è decisivo non solo per il successo dei brand, ma anche per la creazione di opportunità professionali stabili e qualificate. La nascita di questa business unit strategica ha contribuito e contribuirà a rendere più efficiente l'incontro tra domanda e offerta di



Alberto Cogliati, segretario
generale di Assofranchising

lavoro" ha sottolineato Alberto Cogliati, segretario generale di Assofranchising.

"La nostra collaborazione quadriennale con Assofranchising dimostra l'impatto concreto che le partnership strategiche possono generare per il settore del franchising" ha affermato Elisa Verre, sales director Indeed. "Abbiamo rafforzato la nostra capacità di supportare i franchisor nell'affrontare le sfide di recruiting e nel connettersi con i talenti giusti. Rinnoviamo il nostro impegno in questa partnership".

I dati dell'Osservatorio in collaborazione con Format Research

La vendita di libri usati si conferma un servizio in espansione per le librerie indipendenti italiane. Nel 2025, il 31,7% delle librerie indipendenti ha consolidato questa attività, e nel 63,4% dei casi il servizio è presente da oltre cinque anni. Le principali motivazioni per introdurre la vendita di libri usati sono legate alla valorizzazione del cliente: il 58,1% delle librerie ritiene che l'usato aumenti la convenienza d'acquisto, mentre il 38,6% lo considera uno strumento utile ad attrarre nuova clientela. Le modalità operative sono diversificate: il 37% delle librerie dispone di un'area dedicata ai libri in conto vendita da privati e il 35% acquista direttamente i volumi, sviluppando un processo interno di selezione. Inoltre, circa un quinto delle librerie offre il servizio anche online, segnale di un potenziale ulteriore sviluppo digitale. Tra quelle che non hanno introdotto la vendita di libri usati, le difficoltà organizzative prevalgono: il 39% indica la mancanza di risorse per gestire il servizio e il 38,7% l'assenza di spazi adeguati; circa un terzo preferisce mantenere il focus esclusivo sull'editoria corrente. Per le librerie che limitano l'usato ai soli testi scolastici o universitari, il 47,9% segnala una domanda molto bassa per i libri non scolastici. Questi alcuni fra i principali risultati che emergono dall'Osservatorio sulle librerie in Italia realizzato da Ali Confcommercio, in collaborazione con Format Research.

Ali Confcommercio:
libri usati in crescita
ma le librerie indipendenti
restano sotto pressione
tra ricavi bassi e costi in aumento



Paolo Ambrosini, presidente
Ali Confcommercio

Nel corso del 2025 il clima di fiducia delle librerie indipendenti italiane si è progressivamente indebolito e la dinamica dei ricavi non mostra segnali di inversione significativa. Le prospettive per il 2026 indicano una possibile stabilizzazione che tuttavia avverrebbe su livelli ancora lontani dal biennio più favorevole 2021-2022.

Ha commentato Paolo Ambrosini, presidente di Ali Confcommercio: "Come imprese stiamo attraversando una fase particolarmente delicata, caratterizzata dall'aumento dei costi fissi e da un calo dei fatturati. Questo contesto ci spinge a individuare nuovi spazi di business, come il mercato dell'usato. Resta per noi centrale il tema della formazione, sia in ingresso sia continua: ricordo il 20° corso della nostra scuola, in partenza nel mese di aprile".



i conferimenti nei punti di raccolta designati, così da massimizzare l'efficienza operativa e accedere a premi e vantaggi economici dedicati.

Raggiungendo infatti (per ogni ritiro da parte dei sistemi collettivi assegnati ai singoli luoghi di raggruppamento) la cosiddetta "Soglia di buona operatività" - cioè una quantità di RAEE pari a 1.800 kg (freddo e clima), 2.000 kg (grandi bianchi), 3.000 kg (tv e monitor), 1.500 kg (piccoli elettrodomestici) e

Per informazioni e assistenza i rivenditori possono contattare il numero 02.7750259 o scrivere a ancra@confcommercio.it

140 kg (sorgenti luminose) - è possibile ricevere indennizzi significativa-

mente aumentati rispetto al precedente Accordo.

Inoltre, per agevolare i piccoli negozi, sono state dimezzate le soglie minime - da 400 kg a 200 kg (R1-R2-R3-R4 standard, cioè senza batterie al litio) e a 100 kg (R4 con batterie al litio) - a partire dalle quali è possibile richiedere ai sistemi collettivi l'effettuazione del ritiro senza incorrere in penalità.

Aires e Ancra Confcommercio incoraggiano, quindi, le imprese a valutare come migliorare le performance della raccolta (e sono a disposizione per fornire supporto e assistenza).

Queste misure - sottolineano Aires e

Ancra Confcommercio - offrono ai rivenditori del retail un quadro complessivamente più vantaggioso e strumenti concreti per cogliere tutte le nuove opportunità offerte dall'Accordo. Prosegue, inoltre, il piano di incentivazione per la creazione di nuovi luoghi di raggruppamento: per accompagnare i rivenditori in questo percorso è disponibile un numero telefonico dedicato presso ANCRA Confcommercio.

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
AIRES
ASSOCIAZIONE ITALIANA RETAILER ELETTRODOMESTICI SPECIALIZZATI

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
ANCRA
ASSOCIAZIONE NAZIONALE COMMERCANTI RIFIUTI TELEVISORE E ELETTRODOMESTICI DISCHI E MP3

Segnala-
zione
congiunta
di Aires e Ancra
Confcommercio
sul nuovo
Accordo di
Programma
(decorrenza 1°
gennaio 2026)
siglato da indu-
stria e distribu-

zione per garantire a tutti i rivenditori significative opportunità di ottimizzazione e valorizzazione nella gestione dei RAEE. Questo Accordo - rilevano Aires e Ancra - rappresenta un passo avanti importante per il settore, introducendo condizioni migliorative e incentivi specifici pensati per il mondo del retail.

In particolare, per i rivenditori sarà fondamentale concentrare

Aires e Ancra Confcommercio: per il retail le opportunità dal nuovo accordo di programma RAEE

CODICE ETICO CONFCOMMERCIO: APPROVATO L'AGGIORNAMENTO

Il Ministero della Giustizia ha

approvato la nuova versione, aggiornata con le ultime novità legislative, del Codice Etico di Confcommercio, redatto ai sensi del decreto legislativo 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli Enti. Già validato dal dicastero stesso nel 2003, nel 2009, nel 2016 e nel 2022, il testo è stato rivisto con particolare attenzione alle recenti sentenze di legittimità e sulla base degli interventi legislativi che hanno portato all'inserimento di nuove fattispecie nell'elenco dei reati previsti nel decreto.

Tra i nuovi reati per i quali è prevista la responsabilità amministrativa degli enti vi sono: delitti contro il patrimonio culturale; reati informatici; delitto di frode nelle pubbliche forniture e reato di frode in agricoltura; reati di peculato; ulteriori reati tributari e i cosiddetti reati di contrabbando;

reato di indebita destinazione di denaro o cose mobili; delitti contro gli animali; ulteriori reati societari con particolare riferimento alle operazioni transfrontaliere di fusione, trasformazione e scissione. Sono state poi inserite nuove sezioni dedicate a "Crisi d'Impresa e dell'insolvenza", "Il Modello 231 e i rischi associativi e di infiltrazione mafiosa", e "I fattori ESG, le dichiarazioni non finanziarie e il rating di legalità", oltre a una modifica integrale della disciplina in materia di whistleblowing. Con questo documento Confcommercio intende offrire alle imprese associate uno strumento di supporto - considerato dal Ministero della Giustizia "idoneo" a prevenire la commissione dei reati - per la predisposizione dei propri modelli di organizzazione e gestione ai sensi del decreto legislativo 231/2001.

SIAE ed SCF

Pagamento del diritto d'autore e dei diritti connessi

Gli sconti per gli associati



SIAE ENTRO IL 28 FEBBRAIO: SCONTO DEL 16%

Sconto del 16% con l'adesione, entro il 28 febbraio, alla convenzione Confcommercio-SIAE

Grazie alla convenzione l'associato può beneficiare di uno sconto del 16% sulla tariffa base SIAE per la diffusione di musica d'ambiente effettuata a mezzo di strumenti meccanici, sulla base di quanto previsto dalla legge per la tutela del diritto d'autore

I soci possono usufruire della convenzione pagando i compensi entro il 28 febbraio. I compensi 2026 sono suddivisi per tabelle inerenti alle varie tipologie di utilizzatori, da richiedere alla propria associazione di riferimento.

SCF ENTRO IL 31 MAGGIO: SCONTO DEL 30%

Diritti connessi al diritto d'autore: rinnovata la convenzione tra Confcommercio ed SCF con uno sconto del 30% per gli associati.

SCF è la società di collecting che, in Italia, gestisce il servizio di raccolta e distribuzione dei compensi, spettanti ad artisti e produttori discografici, derivanti dall'utilizzo in pubblico di musica registrata in luoghi aperti al pubblico (come negozi, bar, ristoranti, strutture ricettive ecc.): i cosiddetti diritti connessi al diritto d'autore. Rappresenta oltre il 90% del repertorio discografico nazionale e internazionale pubblicato in Italia. I diritti connessi al diritto d'autore sono distinti dal diritto d'autore SIAE e tutelano i produttori fonografici (SCF) e gli artisti interpreti ed esecutori (AIE).



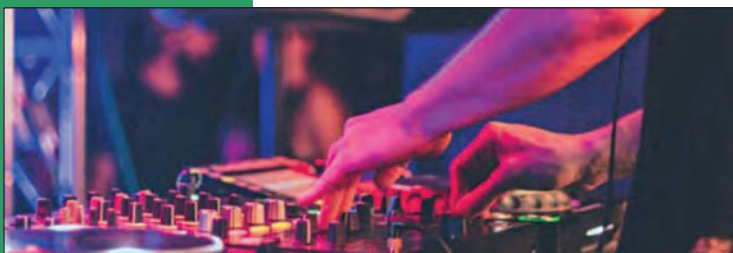
Pagamenti: novità dal 2026 sui diritti connessi al diritto d'autore

A partire dal 2026 SIAE, su mandato di SCF e Nuovo IMAIE, cura anche l'incasso dei diritti connessi al diritto d'autore per la diffusione di musica d'ambiente, inclusi esercizi commerciali e artigiani, applicando le tariffe agevolate riservate ai soci Confcommercio.

Le imprese soggette al pagamento possono, quindi, versare i diritti connessi contestualmente al diritto d'autore, presso tutti gli sportelli SIAE.

Chi sceglie il pagamento tramite MAV riceve da SIAE, via Pec, due distinti bollettini:

- Rinnovo abbonamento Musica d'Ambiente – Diritto d'autore
Scadenza: 28 febbraio 2026
- Abbonamento Musica d'Ambiente – Diritti connessi
Scadenza: 31 maggio 2026



Per ulteriori informazioni e per ricevere il nuovo modulo di certificazione associativa contatta la Tua associazione

Il ministro Giuseppe Valditara in Confcommercio Milano per il libro "La Rivoluzione del Buonsenso"



Nella Veranda Liberty di Palazzo Castiglioni, in Confcommercio Milano, appuntamento con il ministro dell'Istruzione e del Merito Giuseppe Valditara che ha discusso – in una



Dialogo-intervista con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

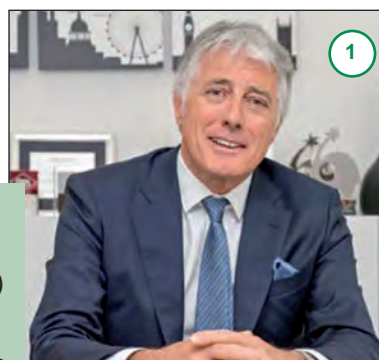
forma di dialogo-intervista con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - i temi del suo libro "La Rivoluzione del Buonsenso" (due foto di Federico Giusti).

Confturismo, nominati i vicepresidenti

Il Comitato Direttivo di Confturismo nazionale ha eletto, su proposta del presidente Manfred Pinzger (vedi *Unione Informa* di gennaio a pag. 31 n.d.r.), tre vicepresidenti nazionali: Graziano Dominidiato, presidente Confcommercio Valle D'Aosta e presidente Fipe Valle D'Aosta; Franco Gattinoni, presidente Fto - Federazione turismo organizzato (la cui segreteria ha sede a Milano in Confcommercio) ed Alberto Granzotto, presidente Faita – Federcamping. "Questa elezione si inserisce nel percorso di rinnovo delle cariche associative e contribuisce a rafforzare la governance di Confturismo in una fase particolarmente strategica per il settore turistico. Le competenze e l'esperienza che i nuovi vicepresidenti metteranno a disposizione dell'associazione rappresenteranno un valore aggiunto fondamentale per il nostro impegno a tutela e a sostegno delle imprese". Così Manfred Pinzger, presidente di Confturismo Confcommercio. Nel corso del Comitato il presidente Pinzger ha presentato inoltre ufficialmente il nuovo direttore di Confturismo nazionale

Sono Graziano Dominidiato (presidente Confcommercio e Fipe Valle d'Aosta); Franco Gattinoni (presidente Fto) ed Alberto Granzotto (presidente Faita Federcamping). Carlo Squeri direttore Confturismo

Carlo Squeri (già segretario di Epam, l'Associazione dei pubblici esercizi della Confcommercio milanese). Confturismo è l'organismo di coordinamento più autorevole e rappresentativo del settore, nato nel 2000 su iniziativa di Confcommercio per promuovere, a tutti i livelli, gli interessi delle imprese operanti nel turismo, valorizzarne l'immagine e favorire le relazioni tra le organizzazioni. Fanno parte del sistema Confturismo e delle organizzazioni associate oltre 220 mila imprese tra alberghi, agenzie di viaggio, campeggi, bed & breakfast, villaggi turistici, residenze turistico-alberghiere, bar, ristoranti, stabilimenti balneari, discoteche, per oltre 1 milione di addetti.



Confturismo: Franco Gattinoni (presidente Fto, Federazione turismo organizzato - foto 1) vicepresidente e Carlo Squeri (foto 2) direttore



Le Organizzazioni associate a Confturismo sono: Assonat (Associazione nazionale approdi e porti turistici), Faita-Federcamping (Federazione delle associazioni italiane dei complessi turistici ricettivi dell'aria aperta), Federalberghi (Federazione delle associazioni italiane alberghi e turismo), Fto (Federazione del turismo organizzato), Fiavet (Federazione italiana associazioni imprese viaggi e turismo), Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi).



Il valore della memoria: 50&Più Milano celebra le sue "Grandi Testimoni"

In un'epoca che corre veloce, 50&Più Milano ha scelto di fermarsi per onorare le radici del suo territorio. Nel cuore delle recenti festività natalizie, l'associazione di Confcommercio dedicata alla "Silver Age" ha voluto ribadire la sua missione principale: promuovere una terza età attiva, orgogliosa e profondamente connessa alla comunità. Il simbolo di questa dedizione è stata la consegna delle strenne natalizie alle sue socie centenarie: un riconoscimento dovuto a chi incarna letteralmente una "biblioteca vivente" di valori e saggezza. Sono Maria Michela Piacquaddio, 104 anni; Anna Bellocchio 102 e Giuseppina Carnevale che taglia il traguardo dei 100 anni in questo febbraio (il giorno prima dell'avvio dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina). Nelle foto due di esse con il vicepresidente vicario di 50&Più Milano Dario Bossi, "messaggero" d'eccezione, che ha consegnato i doni portando

con sé l'abbraccio di tutta 50&Più Milano e un messaggio: "In questi giorni di festa, il nostro augurio più grande non è solo per un felice e sereno Natale, ma è anche una sincera celebrazione per la sua magnifica età. È un onore poter festeggiare una vita così lunga e ricca di esperienze: la sua forza e il suo spirito sono

un esempio meraviglioso per tutti noi. Le auguriamo un Natale caldo e luminoso, circondata dall'affetto di chi le vuole bene. Con tantissimo affetto e ammirazione". Questi incontri sono solo l'anticipazione di futuri momenti di festa che 50&Più



Milano sta preparando per onorare le sue socie e i suoi soci come veri "testimoni della memoria". Per 50&Più Milano, proteggere la terza età significa anche questo: assicurarsi che nessuno si senta solo e che ogni traguardo, specialmente quello dei cento anni, sia vissuto come una vittoria collettiva. Perché una società che sa guardare con amore ai propri centenari è una società che ha imparato a guardare con speranza al proprio futuro. (BB)

***Sempre più fedeli,
sempre più vantaggi!***

FEDeltÀ MI PIACE



Per i soci fedeli di Confcommercio Milano è da molto tempo una consuetudine poter approfittare delle **esclusive condizioni stipulate con le banche**, e con gli anni il pacchetto #fedeltàmipace ha arricchito man mano l'offerta con numerose convenzioni e vantaggi migliorativi.

Anche quest'anno la proposta di **#fedeltàmipace** **moltiplica ancora di più le opportunità**, ampliando in modo interessante le possibilità di sconto e di vantaggi su **tanti servizi, forniture, consulenze e noleggi utili e a volte indispensabili per il vostro lavoro.**

Un grande vantaggio associativo per le **attività iscritte e in regola con la quota associativa da almeno 3 anni**: sommando più risparmi, non solo si può recuperare la quota annuale di iscrizione, ma anche migliorare tante altre voci di spesa.

 Confcommercio Milano
 confcommercioperte
metromappa.confcommerciomilano.it


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

marketing@unione.milano.it - Tel. 02.7750362 - Corso Venezia, 47 - 20121 Milano
confcommerciomilano.it



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA



CONFCOMMERIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO

UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO