

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Milano Cortina 2026: ci siamo

Giochi Olimpici e Paralimpici: la scheda



Vetrofanie nei negozi
Accordo tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza
e Fondazione Milano Cortina 2026

CONFOMMERCIO: IL NUOVO LOGO

**Conf
com**



Confcommercio



Detassazione degli aumenti
anche per i contratti 2024
Accolta la richiesta
di Confcommercio



Luci e Mercatino di Natale in Duomo

La Milano delle feste attrattiva e solidale





ENTE MUTUO ASSISTENZA SANITARIA IN LOMBARDIA

A PARTIRE DA
€30,00
ALL'ANNO



CONFCOMMERCIO
IMPRESA PER L'ITALIA
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

UNA COPERTURA SANITARIA SEMPLICE ED IMMEDIATA!



SENZA
ATTESE



SCONTO SULLE
PRESTAZIONI
FINO AL 40%



ASSISTENZA
24/7



DETRAIBILITÀ
FISCALE



NETWORK
CAPILLARE SUL
TERRITORIO

CONFCOMMERCIO: IL NUOVO LOGO ISTITUZIONALE

Presentato a Roma il nuovo logo istituzionale di Confcommercio che segna l'avvio di una fase di rinnovamento, con l'obiettivo di valorizzare il ruolo e il percorso della Confederazione nell'economia e nella società italiana.

La nuova identità visiva, che contempla anche una nuova denominazione, rispecchia la scelta di adottare un linguaggio più moderno, immediato e riconoscibile e più vicino alle nuove generazioni di imprenditori, senza rinunciare ai propri valori fondanti.

"Il nuovo logo, lineare, essenziale, moderno - ha affermato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - è il segno visibile di una grande Organizzazione che traguarda il domani senza perdere

le sue radici e cerca di esse-



Conf
com



Confcommercio

re ancora più riconoscibile, leggibile, innovativa".

La presentazione del nuovo logo, che si inserisce nell'ambito delle iniziative legate all'80° anniversario di Confcommercio, è avvenuta alla presenza di rappresentanti del Governo, della politica, delle istituzioni e del mondo economico e sindacale.



Il presidente della Camera di commercio e di Confcommercio sul Discorso alla Città dell'Arcivescovo di Milano

SANGALLI: DA DELPINI NOTA DI SPERANZA SUL FUTURO ANCHE PER GLI IMPRENDITORI CHE SI FANNO AVANTI E SI ASSUMONO RESPONSABILITÀ

Dall'Arcivescovo di Milano Mario Delpini un Discorso alla Città severo su Milano nel tradizionale appuntamento svolto alla vigilia di

Sant'Ambrogio: dalla casa, alla sanità, ai giovani, alle carceri, all'individualismo che ignora la funzione sociale, alla responsabilità morale della finanza. Ma non manca una nota di speranza sul futuro: ci sono anche le persone che si fanno avanti.

"Il Discorso alla Città dell'Arcivescovo Delpini - ha

e riflettere su dove e come stia andando Milano. Insomma, per dirla con le sue parole, 'siamo autorizzati a pensare'. Ed è vitale farlo perché i tempi sono molto difficili e 'ci sono minacce che insidiano la casa comune'".

"Il nostro Arcivescovo - ha proseguito Sangalli - è molto chiaro: questa casa non cade perché ci sono persone che si fanno avanti e si assumono responsabilità precise. Imprenditori e imprenditrici compresi. Donne e uomini che danno lavoro e producono eccellenza e benessere. Che resistono alla tentazione della finanza opaca e vanno avanti nonostante la burocrazia esasperante. È grazie anche a loro se la casa non cade e il futuro può essere desiderabile".

commentato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio e di Confcommercio Milano - è un momento raro per fermarsi un attimo





Al **servizio** dell'evoluzione delle **imprese** Il **futuro** del **Retail** è intelligente

In un contesto in cui l'innovazione nel Retail è in costante evoluzione, Confcommercio Milano è **il tuo punto di riferimento** per costruire il futuro della tua attività.

- **Supporto operativo** per ricevere risposte concrete ai bisogni della tua impresa.
- Una **guida** sempre **presente**, grazie alla nostra presenza territoriale e alla rappresentanza delle categorie del commercio e dei servizi.
- **Ottieni consulenza finanziaria** per gestire al meglio la tua azienda, migliorare il rapporto con le **banche** e accedere a **finanziamenti**.
- **Promuovi la tua attività** e inizia a vendere online **digitalizzando** il tuo business.
- **Offri benefit** ai tuoi **dipendenti** e ottieni **vantaggi fiscali** grazie ai programmi di **welfare aziendale**.
- Ottieni **supporto in tutte le fasi** di progettazione, pianificazione e avvio del processo di **espansione** del tuo **business** a livello **internazionale**.
- **Approfondisci** le normative sulla **sostenibilità** e implementa pratiche **ESG** per una gestione aziendale virtuosa.
- Lasciati guidare step by step nell'**avvio** o nello **sviluppo** del tuo **progetto imprenditoriale**.

Partecipa alle nostre attività per fare network con fornitori e clienti, ricevere aggiornamenti tramite webinar e supporto con i colloqui personalizzati presso gli Sportelli.

SCOPRI
DI PIÙ



I contratti comparativamente più rappresentativi

Mano-vra finanziaria: con un subemendamento del Governo

approvato in

Commissione Bilancio del Senato, è stata accolta la richiesta di Confcommercio, con il presidente Carlo Sangalli, di ampliare il meccanismo di detassazione degli aumenti retributivi derivanti dai rinnovi contrattuali, anche ai contratti comparativamente più rappresentativi rinnovati nel 2024 che hanno effetti nel 2026. La detassazione è al 5% per redditi fino a 33mila euro. Un risultato molto significativo per le imprese e i lavoratori del terziario.

Detassazione degli aumenti retributivi anche per i contratti rinnovati nel 2024 Accolta la richiesta di Confcommercio

"Bene il Governo. E' un segnale importante – ha affermato Sangalli – soprattutto in una fase ancora incerta come quella attuale, per rafforzare la fiducia e i consumi delle famiglie che, nonostante alcuni segnali di risveglio, restano ancora deboli". Ma la misura introdotta, ha sottolineato Sangalli "rappresenta anche un sostegno alla contrattazione collettiva di qualità, quella che Confcommercio da sempre porta avanti attraverso relazioni sindacali mature e responsabili".

"NOVITÀ FISCALI PER LE IMPRESE NEL 2026. LA LEGGE DI BILANCIO E LE ALTRE DISPOSIZIONI FISCALI": IL 20 GENNAIO CONVEGNO IN CONFCOMMERCIO MILANO

Martedì 20 gennaio in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Colucci, ore 9.30) convegno sulle "Novità fiscali per le imprese nel 2026. La legge di bilancio e le altre disposizioni fiscali" organizzato dalla Direzione Servizi Tributari di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Nel convegno - gratuito ed aperto anche alle imprese non associate – vengono analizzate, in particolare, le novità contenute nella legge di bilancio 2026 e negli

altri provvedimenti di fine anno, anche alla luce delle disposizioni emanate in attuazione della Legge Delega di Riforma Tributaria:

novità in materia di IRPEF (aliquote, detrazioni di imposta, premi di produttività, buoni pasto, detrazione lavori edilizi ecc.), IRES (iperammortamento, rateizzazione plusvalenz; derivanti dalla cessione di beni strumentali, revisione tassazione dividendi società di capitale/di persone, ecc.); IVA (base imponibile nelle operazioni permutative, misure di contrasto inadempimenti in materia Iva, terzo settore, ecc.); bilancio (correzioni errori contabili, derivazione rafforzata per le microimprese, assegnazione agevolata beni ai soci, estromissione immobile imprenditore individuale, affrancamento straordinario riserve in sospensione d'imposta, ecc.); rottamazione-quinques, altre disposizioni fiscali.

Al convegno interviene Maurizio Leo, viceministro dell'Economia e delle Finanze.



NOVITÀ FISCALI PER LE IMPRESE NELL'ANNO 2026

La legge di bilancio 2026 e le altre disposizioni fiscali

Martedì 20 gennaio 2026
dalle ore 9.30 alle 12.30 – Sala Colucci

Al convegno sulle "Novità fiscali per le imprese nel 2026. La legge di bilancio e le altre disposizioni fiscali" è possibile partecipare in presenza presso la sede di Confcommercio Milano (fino al raggiungimento della massima disponibilità di posti) oppure in modalità online.

Qui per iscriversi:

https://www.confcommerciomilano.it/it/supporto_fiscale_legale/novitafiscali2026/index.html

Apre i lavori Marco Barbieri - segretario generale Confcommercio (e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza). Previsti gli interventi di: Vincenzo De Luca - Responsabile Settore Fiscalità di Impresa Confcommercio; Giampaolo Foresi - Direttore ServiziTributari, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; Federica Sottotetti - Responsabile Servizio Tributario, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; Francesco Sciarini - Servizio Bilancio e Contabilità, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

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

FEDELTÀ MI PIACE

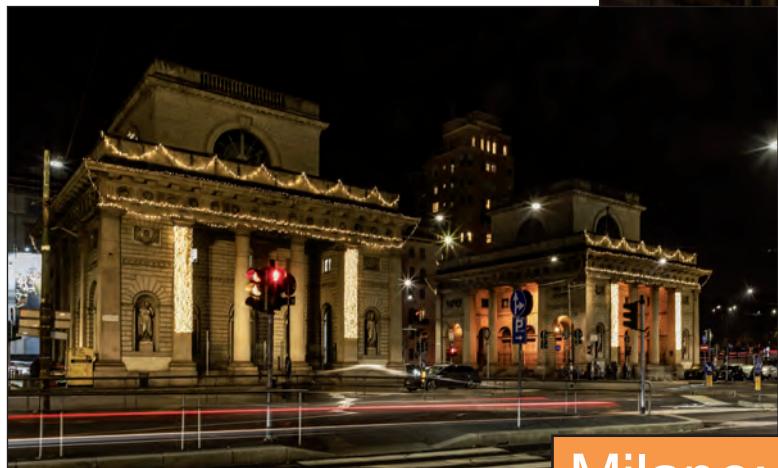


Per i soci fedeli di Confcommercio Milano è da molto tempo una consuetudine poter approfittare delle **esclusive condizioni stipulate con le banche**, e con gli anni il pacchetto #fedeltàmi piace ha arricchito man mano l'offerta con numerose convenzioni e vantaggi migliorativi.

Anche quest'anno la proposta di **#fedeltàmi piace multiplica 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.

**Enel con Confcommercio Milano,
Ascobaires, Comune di Milano**



A Milano in piazza Oberdan (Porta Venezia) il momento simbolico ufficiale di accensione delle luminarie di corso Buenos Aires e dei Caselli di Porta Venezia. Con l'assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano Alessia Cappello; Filippo Rodriguez, Head of Macro Area Nord Institutional Affairs del Gruppo Enel; Gabriel Meghnagi, vicepresidente Confcommercio Milano (e presidente Rete associativa ed Ascobaires); Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano. Grazie all'impegno di Enel (presente a

Milano negli store di corso Buenos Aires 60, corso Genova 7, viale Umbria 3 e via Dante 5) con la collaborazione di Confcommercio Milano, Ascobaires e del Comune di Milano, per il quarto anno consecutivo corso Buenos Aires e i Caselli di Porta Venezia si sono abbelliti



Tradizionale momento simbolico di accensione in piazza Oberdan

Milano: in corso Buenos Aires e ai Caselli di Porta Venezia luci di Natale all'insegna della sostenibilità ambientale

con l'installazione di filari luminosi a Led (rimasti accesi fino al 6 gennaio).

Enel ha poi esteso l'illuminazione natalizia anche in una parte di viale Umbria.

“Con Enel – ha affermato Gabriel Meghnagi, vicepresidente Confcommercio Milano e presidente Ascobaires e Rete associativa vie – si è confermata la solida collaborazione per le luci di Natale in corso Buenos Aires e ai Caselli di Porta Venezia. Per i milanesi e i turisti luci eleganti e all'insegna della sostenibilità ambientale. Molto positiva anche l'estensione dell'illuminazione natalizia in un'area importante, ma più periferica, come viale Umbria”.



Con Enel luci di Natale a Milano anche in una parte di viale Umbria



Eccellenza nei prodotti tipici dell'artigianato e dell'alimentare e istituzioni beneficiarie di contributi



Milano attrattiva e solidale con il Mercatino di Natale in Duomo



Con 78 baite in legno ha portato a Milano, per tutto dicembre fino al 6 gennaio, l'atmosfera caratteristica del villaggio natalizio. E' il Mercatino di Natale in Duomo, organizzato da ATI Promo.Ter Unione-Prisma con Apeca (l'Associazione ambulanti della Confcommercio milanese) e Confcommercio Milano. Il Mercatino, aperto tutti i giorni fra il primo tratto di corso Vittorio Emanuele II, lungo il perimetro della cattedrale (via ex Camposanto) e via Carlo Maria Martini, è stato inaugurato dal sindaco di Milano

Giuseppe Sala, dell'assessora allo Sviluppo economico e Politiche del lavoro Alessia Cappello, del presidente di Apeca Giacomo Errico.

Al Mercatino di Natale in Duomo l'eccellenza dei prodotti artigianali e tante idee regalo: presepi, addobbi, palle di Natale in vetro soffiato, giocattoli di legno, oggetti per la tavola delle feste, manufatti in legno, bigiotteria artigianale, prodotti per la cura della persona, cosmesi naturale, a base di lavanda della Provenza. Nell'alimentare

il Mercatino di Natale in Duomo ha annoverato le specialità regionali italiane, dai formaggi per i pranzi delle feste ai beni



Diverse foto di Federico Giusti

d'élite come il caviale e il tartufo bianco. Molti i prodotti tipici: dal torrone, alla bottarga, agli affumicati e ad un'ampia scelta di dolci regionali. Al Mercatino di Natale in Duomo è stato allestito il tradi-



zionale presepe e i più piccoli hanno potuto trovare, come ogni anno, Babbo Natale nella sua casetta. Non sono mancati gli spettacoli di magia, i giocolieri, la musica degli zampognari e la presenza ufficiale delle mascotte dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina 2026 Tina e Milo.

►►► segue a pag. 8 ►►►



►►► segue da pag. 7 ►►►

La casetta di Babbo Natale ha avuto inoltre, d'intesa con la Fondazione Milano Cortina, un led wall con proiezione video dell'attività preparatoria per i Giochi che cominciano a febbraio. Il Mercatino di Natale in Duomo ha, come le precedenti edizioni, coniugato attrattività e shopping ad una forte ed accresciuta tradizione di solidarietà. Diversi i beneficiari di contributi: l'Istituto dei Tumori di Milano; l'Opera San Francesco per i Poveri (OSF); l'Opera Nazionale Assistenza Orfani Militari Arma dei Carabinieri (ONAOMAC); l'Istituto Neurologico Carlo Besta – Dipartimento di Neuroscienze Pediatriche; 15 Parrocchie della periferia milanese individuate da Caritas Ambrosiana (con la donazione di giochi per i bambini); la Veneranda Fabbrica del Duomo (fondi per il restauro e la conservazione del complesso monumentale). E, per la prima volta, Fondazione Telethon con la quale vi è stata collaborazione per promuovere il progetto 'Come a casa': gli alloggi per ospitare



le famiglie di pazienti in cura presso l'Istituto San Raffaele, spiegati dai volontari presenti per favorire la raccolta di fondi. "Come ogni anno supportiamo una manifestazione che, oltre a rendere più attrattiva la nostra città nel periodo natalizio, contribuisce

a far conoscere specialità da tutt'Italia, prodotti artigianali e antichi mestieri e a sostenere, attraverso le vendite, azioni di solidarietà a

favore di tante realtà al servizio dei più fragili" ha dichiarato in occasione dell'inaugurazione l'assessore comunale allo Sviluppo economico e Politiche del lavoro Alessia Cappello. "Il Mercato

di Natale sotto il Duomo con i suoi colori e la sua vivacità – ha detto Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio – si è affermato nel tempo ed è ormai un simbolo consolidato, per Milano, di forte attrattività. Ma è anche sinonimo di grande attenzione al sociale, un patrimonio per la nostra città che dobbiamo preservare".



A Lodi la Sagra di Santa Lucia

sidente Confcommercio territoriale di Lodi; di Emanuele Frontori, presidente della Confcommercio territoriale del

Basso Lodigiano; dell'assessore comunale di Lodi alla Cultura Francesco Milanesi. Oltre ai tanti prodotti tipici, alla Sagra di Santa Lucia si è potuta trovare la Fabbrica del cioccolato e vi sono stati momenti di intrattenimento per i più piccoli (magia, giocolleria, musica). In piazza della Vittoria, inoltre, si è avuta la partenza del trenino turistico per il tour del centro storico di Lodi e l'allestimento del tradizionale albero di Natale.

Si è svolta dal 5 al 14 dicembre a Lodi la Sagra di Santa Lucia: in piazza della Vittoria 30 casette di legno. Il Mercatino (sponsor BCC

Lodi e Mac Termoacque) è stato organizzato da Promo.Ter Unione in collaborazione con Apeca. Sagra inaugurata con la partecipazione del sindaco di Lodi Andrea Furegato; del prefetto di Lodi Davide Garra; del presidente di Apeca e

Fiva Confcommercio Giacomo Errico; di Giuseppe Leoni, pre-



"Il Mercatino di Natale in Duomo – ha rilevato Giacomo Errico, presidente di Apeca (Associazione ambulanti Confcommercio Milano) – è sempre di più un punto di forza per Milano. E' leader in Italia tra i mercatini

natalizi, e di questo siamo particolarmente orgogliosi, con una forte attrattività turistica e l'opportunità di trovare l'eccellenza nei prodotti tipici dell'artigianato e dell'alimentare. E altrettanto orgogliosamente ha confermato anche quest'anno la sua grande vocazione alla solidarietà".





Masterclass da "tutto esaurito" per la settima edizione di Happy Natale Happy Panettone, la manifestazione a ingresso gratuito per il pubblico dedicata al dolce

simbolo delle feste organizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza insieme a APCI – Associazione Professionale Cuochi Italiani - con il supporto di Fondazione Fiera Milano e main partner Mulino

Caputo, svoltasi in Confcommercio Milano. L'evento è stato realizzato in collaborazione con Altoga (l'Associazione nazionale Torrefattori, Importatori di caffè e Grossisti alimentari), Associazione Panificatori Milanesi di Confcommercio Milano - Coordinamento Filiera Agroalimentare, FuoriOrticola e il contributo degli allievi del Capac – Politecnico del Commercio e del Turismo.

La manifestazione è stata patrocinata da Regione Lombardia, Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi e



Happy Natale Happy Panettone Masterclass da "tutto esaurito" per la settima edizione in Confcommercio Milano



Foto di Federico Giusti

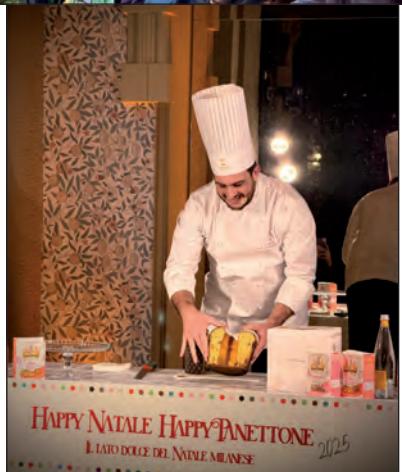
YesMilano. In queste pagine alcune immagini dell'evento: un weekend tra i dolci delle feste. Ospitati, accanto alla tradizionale ricetta del dolce milanese, i migliori dolci della tradizione campana, grazie al coinvolgimento di APCI e del main partner Mulino Caputo. Con la collaborazione dell'Associazione Italiana Amici del Presepio – Sezione di Lainate e dei presepisti campani, coinvolti da Mulino Caputo, i visitatori



Main partner di Happy Natale Happy Panettone 2025: Mulino Caputo

Charity partner di Happy Natale Happy Panettone 2025: Fondazione Serena Onlus (Centro Clinico NeMo)

Partner di Happy Natale Happy Panettone 2025: Alaska Seafood, Altoga, Associazione Italiana Amici del Presepio – Sezione di Lainate, Associazione Panificatori Milanesi, Caffè Scala, Capac - Politecnico del Commercio e del Turismo, Coordinamento Filiera Agroalimentare Confcommercio MiLoMB, Confcommercio Lombardia, Ferrarelle, I Fiori nella Rete Milano- FuoriOrticola, Mokito – Ambasciatori del Caffè, Promoter Unione.



hanno potuto vedere la riproduzione di alcuni presepi e la ricostruzione di San Gregorio Armeno, la

celebre via di Napoli dedicata all'arte presepistica. Abbinata alle iniziative di Happy Natale Happy Panettone è tornata la "Mappa del Panettone tipico della tradizione artigianale milanese" realizzata dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, con le pasticcerie e panetterie presso le quali è stato possibile acquistare il panettone prodotto secondo la ricetta tradizionale definita dal disciplinare del "Panettone tipico della tradizione artigianale milanese".

La vetrofania esposta anche per le Paralimpiadi

**Confcommercio:
le vetrine
della città
si «colorano»
con il QrCode
dei Giochi**



«Le vetrine di Milano si colorano di Milano Cortina 2026». È questo il progetto di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Fondazione Milano Cortina 2026 che permette agli esercizi commerciali di Milano, Lodi, Monza e Brianza di esporre nelle proprie vetrine una vetrofania ufficiale Fan26 dedicata ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026. La vetrofania è stata appositamente realizzata da Fondazione Milano Cortina 2026 per gli associati di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e riporta un QR code che rimanda alla piattaforma Fan26: un modo interattivo per avvicinare cittadini e turisti e fan all'universo di Milano Cortina 2026.

Le vetrine di Milano si colorano di Milano Cortina 2026 per accogliere lo spirito e le grandi emozioni degli ormai imminenti Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali creando un'atmosfera olimpica diffusa nelle vie e nei quartieri della città. L'iniziativa è aperta a tutti gli associati di Confcommercio: sia a Milano, sia a Lodi, Monza e Brianza, con alcune eccezioni merceologiche legate a sponsorizzazioni e partnership di Fondazione Milano Cortina 2026.

Grazie, infatti, a un accordo firmato da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Fondazione Milano Cortina 2026, gli esercizi commerciali che aderiscono all'iniziativa possono essere protagonisti del grande evento sportivo internazionale esponendo nella propria vetrina, fino alla

L'INIZIATIVA DI CONFCOMMERCI E FONDAZIONE MILANO-CORTINA

Un adesivo colorato con Qr code per tutti i negozi «olimpici»

■ Una vetrofania dedicata ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026. È l'iniziativa per portare Milano Cortina 2026 sulle vetrine dei negozi di Milano, così da diffondere lo spirito e le grandi emozioni dei prossimi Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali, con l'obiettivo di creare un'atmosfera olimpica diffusa nelle vie e nei quartieri della città». Grazie ad un accordo firmato da Fondazione Milano Cortina 2026 e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, gli esercizi commerciali che aderiscono all'iniziativa tranno essere protagonisti e il loro contributo all'evento esponendo la vetrofania nella propria vetrina, fino alla conclusione delle Paralimpiadi (15 marzo 2026). La vetrofania riporta un QR code che rimanda alla piattaforma Fan26, la community digitale ufficiale di Milano Cortina 2026:

conclusione delle Paralimpiadi (15 marzo), la vetrofania dedicata ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026 con i loghi di Fan26, la community digitale ufficiale di Milano

Accordo tra Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Fondazione Milano Cortina 2026



Le vetrine dei negozi si colorano di Milano Cortina 2026

Le vetrine dei negozi si «colorano» di Milano-Cortina

Domani a Palazzo Bovara, sede di Confcommercio Milano in corso Venezia 51, sarà presentata l'iniziativa «Le vetrine di Milano si colorano di Milano Cortina 2026»: il progetto di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Fondazione Milano Cortina 2026 che permetterà agli esercizi di esporre, fino al 15 marzo, una vetrofania ufficiale Fan26 dedicata ai Giochi invernali. La vetrofania riporta un QR code che rimanda alla piattaforma Fan26: un modo interattivo per avvicinare cittadini e

INIZIATIVA CONFCOMMERCI

Una decalcomania sulle vetrine per entrare nel mondo dei Giochi

MONICA LUCIONI

L'emozione dei Giochi si mette in vetrina. A quasi due mesi dall'appuntamento con Milano-Cortina

proprio il commercio grazie alla vivacità dello shopping natalizio e all'atteso arrivo di turisti e appassionati che si prevede avranno notevoli ricadute economiche sul comparto, anche nel lungo periodo. Come è emerso dai dati di un sondaggio elaborato dal Centro studi di Confcommercio, si ritiene infatti che gli eventi legati ai Giochi e che toccheranno sport, cultu-

tori Olimpici e non solo a seguirli nell'iniziativa.

«La collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha un valore strategico: significa unire le energie di un grande evento internazionale con la forza e la capillarità del tessuto commerciale dei territori», ha detto Nevio Davide, Chief Revenue Officer Fondazione Milano Cortina 2026 che ha aggiunto: «Questa sinergia ci consente di diffondere lo spirito Olimpico e Paralimpico in modo autentico e quotidiano, trasformando le vetrine in un canale di partecipazione e di coinvolgimento cittadini».

(Foto di Federico Giusti)

Cortina 2026, e di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La vetrofania è stata realizzata appositamente da Fondazione Milano Cortina 2026 per Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e riporta un QR code che rimanda, appunto, alla piattaforma Fan26 (spazio pensato per offrire aggiornamenti, contenuti esclusivi, curiosità e opportunità dedicate agli appassionati. Attraverso la piattaforma, i tifosi dei campioni e degli sport invernali possono





Hanno detto

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Fondazione Milano Cortina 2026 hanno espresso grande soddisfazione per il traguardo raggiunto, dopo un intenso lavoro.

Nevio Devidé, Chief Revenue Officer Fondazione Milano Cortina 2026: "La collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha un valore strategico per Fondazione Milano Cortina 2026: significa unire le energie di un grande evento internazionale con la forza e la capillarità del tessuto commerciale dei territori.



Marco Barbieri, segretario generale Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: "La collaborazione tra Confcommercio Milano e Fondazione Milano Cortina 2026 conferma l'impegno condiviso per rendere l'evento Olimpico e Paralimpico realmente diffuso e partecipato, capace di coinvolgere l'intero territorio. Il terziario milanese, lodigiano e brianzolo, che Confcommercio rappresenta, crede profondamente nel

valore di questo appuntamento nella sua legacy di lungo periodo: un'eredità fatta di attrattività, nuove opportunità, rafforzamento della reputazione internazionale e crescita sostenibile del territorio. Lavorare insieme significa mettere a sistema competenze e visione per consolidare il ruolo di tutto il territorio come sistema aperto, dinamico e pronto ad accogliere le sfide globali, trasformandole in benefici duraturi per tutta la comunità".

valore di questo appuntamento nella sua legacy di lungo periodo: un'eredità fatta di attrattività, nuove opportunità, rafforzamento della reputazione internazionale e crescita sostenibile del territorio. Lavorare insieme significa mettere a sistema competenze e visione per consolidare il ruolo di tutto il territorio come sistema aperto, dinamico e pronto ad accogliere le sfide globali, trasformandole in benefici duraturi per tutta la comunità".



Vetrofania con un QR code che rimanda alla piattaforma Fan26

Countdown Olimpiadi per seguire le gare maxischermi al Castello

CHIN

vanta alla stazione Centrale, in piazza Duca d'Aosta.

Milano sarà allestita anche con una promenade dedicata alle Olimpiadi in un lungo percorso tra piazza Duca d'Aosta e San Babila e poi all'Arco della Pace. «Sarà il levatoio olimpico dove si potrà partecipare e vivere momenti aspetti che verranno organizzati dalle aziende e dalla Fondazione», conferma Nevio Devidé, chief revenue officer Fondazione Milano Cortina 2026.

Intanto, l'adesivo che colora le

mera dello smartphone che invia l'utente "per vantaggi speciali" alla Fan26, la piattaforma digitale della community ufficiale dei Giochi. Da ieri, la vetrofania è esposta sulle vetrine dei primi cinque negozi che hanno aderito all'iniziativa in collaborazione con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Sono tutti in corso di Porta Romana (Ferramenta Spinardi, Ottica Chierchetti, confezione Casalinghi Fornero, Great Parfumery, e il negozio di abbigliamento Sabrina Frigoli). Le attività commerciali che vogliono ottenere la vetrofania devono firmare un accordo con Fondazione Milano Cortina 2026 che fornisce le linee guida.

GRADONAZIONE RISERVATA

Le vetrofanie olimpiche affisse sulle vetrine di alcuni negozi

Le vetrofanie dedicate ai Giochi VERSO LE OLIMPIADI

Milano Cortina 2026 sempre più presente sulle vetrine dei negozi di Milano per diffondere lo spirito e le grandi emozioni dei prossimi Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali, con l'obiettivo di creare un'atmosfera diffusa nelle vie e nei quartieri della città. Grazie a un accordo firmato da Fondazione Milano Cortina 2026 e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - si legge in una nota - gli esercizi commerciali che aderiranno all'iniziativa potranno essere protagonisti e dare il loro contributo al grande evento sportivo internazionale esponendo nella propria vetrina, fino alla conclusione delle Paralimpiadi (15 marzo 2026), una vetrofania dedicata ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026 con i loghi di Fan26 e di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La vetrofania, realizzata appositamente da Fondazione Milano Cortina 2026 per gli associati di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, riporta un QR code che rimanda alla piattaforma Fan26, la community digitale ufficiale di Milano Cortina 2026: uno spazio pensato



seguire il cammino verso i Giochi e condividere le proprie storie con la community) consentendo così di avvicinare in modo interattivo e coinvolgente cittadini, turisti e appassionati. Per ottenere ed esporre la vetrofania, le attività commerciali interessate devono firmare un accordo con Fondazione Milano Cortina 2026 che fornisce le linee guida alle quali attenersi.

I Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026: la scheda



IGiochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026 iniziano il 6 febbraio, con la cerimonia di apertura allo Stadio San Siro di Milano. Si svolgono su un'area diffusa di oltre 22.000 km quadrati coinvolgendo le città di Milano e Cortina, le Regioni Lombardia e Veneto, le Province Autonome di Trento e Bolzano. Le discipline Olimpiche saranno 16, quelle Paralimpiche 6, distribuite su 18 impianti sportivi, complessori sciistici, palazzi del ghiaccio. Più di 3.500 atleti da 93 Paesi e due milioni di spettatori attesi nei territori coinvolti.

Date

Giochi Olimpici 6-22 febbraio

- Cerimonia di apertura 6 febbraio - Stadio San Siro Milano
- Cerimonia di chiusura 22 febbraio – Arena di Verona

Giochi Paralimpici 6-15 marzo

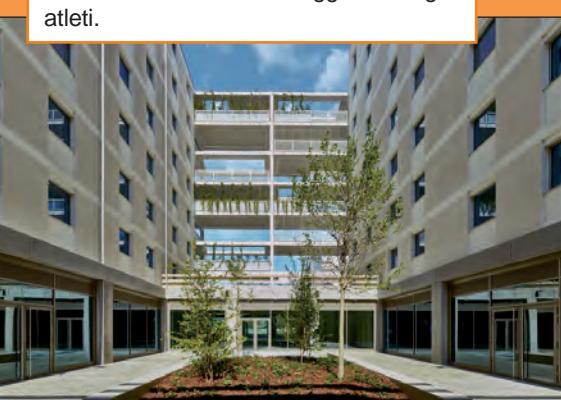
- Cerimonia di apertura 6 marzo – Arena di Verona
- Cerimonia di chiusura 15 marzo – Stadio Olimpico del Ghiaccio a Cortina d'Ampezzo



Sedi di gara

Milano

- Stadio San Siro: Cerimonia di apertura Giochi Olimpici
- SantaGiulia Ice Hockey Arena: Hockey su ghiaccio, Para Ice Hockey
- Ice Skating Arena (Forum di Assago): Pattinaggio di Figura, Short Track





Cerimonie, simboli, medaglie

- ▶ Il 6 dicembre 2025 è iniziato il Viaggio della Fiamma Olimpica, percorso che porta con sé il valore simbolico della Fiamma: unione, pace e rinascita. Dura 63 giorni attraversando 60 città italiane: oltre 110 province, passando per siti Unesco e alcuni dei paesaggi più rappresentativi del Paese. Con il passaggio della Fiamma in ogni regione italiana, tutti i cittadini avranno l'opportunità di partecipare alla grande emozione di Milano Cortina 2026 e di condividere i valori Olimpici e sportivi in un momento collettivo.
- ▶ Il Viaggio della Fiamma Paralimpica inizierà, invece, il 24 febbraio e durerà fino al 6 marzo, giorno della Cerimonia di apertura dei Giochi Paralimpici.



- ▶ Le mascotte ufficiali dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026 sono Tina e Milo, due simpatici ermellini. Tina rappresenta i Giochi Olimpici mentre il fratello minore Milo quelli Paralimpici. I loro nomi richiamano due delle città protagoniste dei Giochi: Milo da Milano, Tina per Cortina d'Ampezzo.



A cura di LR e ADB

Sedi di gara

- ▶ Speed Skating Stadium (Rho Fiera Milano): Pattinaggio di Velocità
- ▶ Ice Hockey Arena (Rho Fiera Milano): Hockey su ghiaccio

Cortina

- ▶ Cortina Sliding Centre: Bob, Skeleton, Slittino
- ▶ Cortina Curling Olympic Stadium: Curling, Wheelchair Curling, Cerimonia di chiusura Paralimpica
- ▶ Tofane Alpine Skiing Centre: Sci Alpino, Para Sci Alpino
- ▶ Cortina Para Snowboard Park: Snowboard Paralimpico



▶▶▶ segue a pag. 17 ▶▶▶



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Al vostro fianco per avviare nuove attività

Formazione, consulenza e vantaggi

per realizzare il tuo sogno imprenditoriale.



Il nostro **sistema associativo** è una **guida** presente **in ogni fase** del processo di sviluppo ed evoluzione della tua attività, attraverso **consulenze personalizzate**, supporto costante nella ricerca di **finanziamenti** e accesso a **tariffe agevolate**.

START PACK

Iscriviti al **programma Start Pack**:

1) per **neo imprenditori** e 2) per **aspiranti imprenditori**. Offre moduli formativi su temi chiave come bilancio, marketing e gestione del personale, arricchendoti con le esperienze di altri **giovani imprenditori**.

SCOPRI I CORSI START PACK



Giochi: acquisti, biglietti ed app

►►► segue da pag. 15 ►►►

- I prodotti ufficiali dei Giochi si possono acquistare sia negli store a Milano e a Cortina sia online sul sito ufficiale di Milano Cortina 2026 nella sezione shop. https://shop.olympics.com/it/milano-cortina-2026/t-35589049+z-9774796-1238555770?_s=bm-fi-ioc-prtsite-IOC-MiCo26-topbutton-am



Biglietti

- I biglietti sono acquistabili online attraverso il sito ufficiale tickets.milanocortina2026.org.

Una volta effettuato l'acquisto, l'app Tickets MilanoCortina2026 permette di accedere alle sedi di gara e ai luoghi iconici che ospiteranno le Cerimonie di apertura e di chiusura Olimpiche e Paralimpiche, con il proprio biglietto digitale.



App ufficiale

- È disponibile l'app ufficiale dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026.

https://www.olympics.com/en/milano-cortina-2026/download-the-app?_branch_match_id=1519382546231197096&utm_source=mico26-ocog&utm_campaign=app%20launch&utm_medium=marketing&_branch_referrer=H4sIAAAAAAA-A8soKSkottLXz8%2BpzC3ITC7WSywo0MvJzMvWrzJ2LQ8JS0opjUlyrytKTUstKsrMS49PKsovL04tsnXOKMrPTQUAZO3zVz8AAAA%3D

Acessibile, dinamica e multilingue, è disponibile per il download tramite gli app store di tutti i dispositivi. Giochi Olimpici è pensata per accompagnare spettatori e fan lungo il cammino verso i Giochi e durante l'intero svolgimento delle competizioni.

Sedi di gara

Anterselva

- Anterselva Biathlon Arena: Biathlon
- Livigno Aerials & Moguls Park: Sci acrobatico
- Livigno Snow Park: Sci acrobatico, Snowboard

Predazzo

- Predazzo Ski Jumping Stadium: Combinata Nordica, Salto con gli Sci

Bormio

- Stelvio Ski Centre: Sci Alpinismo, Sci Alpino

Tesero

- Tesero Cross-Country Skiing Stadium: Combinata Nordica, Sci di Fondo, Para Biathlon, Sci di Fondo Paralimpico

Verona

- Arena di Verona: Cerimonia di chiusura Giochi Olimpici, Cerimonia di apertura Giochi Paralimpici



Q uasi 5,2 miliardi di euro (5 miliardi e 170 milioni) il valore dei consumi generati dalla tredicesima di dicembre 2025 con una crescita del 2% rispetto all'anno precedente. Lo ha stimato il Centro Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

La dinamica dei consumi natalizi, al netto dell'inflazione, è salita dell'1,4% nel confronto con il 2024.

Nella previsione di crescita nei consumi legati alla tredicesima si è tenuto conto dell'incremento stimato delle tredicesime nette percepite in Lombardia che, per il 2025, sono ammontate complessivamente a oltre 11 miliardi di euro (11 miliardi e 296 milioni) e dell'aumento, sempre in Lombardia, degli importi pensionistici (4 miliardi e 153 milioni di euro con un + 2,1% nel confronto con il 2024).

Ma sui consumi è importante per il nostro territorio anche la spesa turistica di stranieri e italiani: 519 milioni di euro.

La crescita dell'importo della tredicesima destinata ai consumi al netto dell'inflazione (+1,4%) è la più contenuta degli ultimi quattro anni. Il rallentamento è ricondotto ad una riduzione della propensione al risparmio (-0,2% rispetto al 2024) e ad un lieve aumento dell'incidenza di povertà delle famiglie (da 4,2% a 4,3%) nell'area delle

province considerate (elaborazioni Centro Studi Confcommercio MiLoMB su fonti Istat e ActionAid).

Con la tredicesima la spesa per i beni – a Milano, Lodi, Monza e Brianza – è stata stimata in 1 miliardo e 376 milioni di euro, in aumento di 140 milioni di euro (11,3% rispetto al 2024).

Per le cene e i pranzi fuori casa legati alle festività natalizie spesa di 98 milioni di euro (+1% sul 2024); per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive 69 milioni di euro (+3% rispetto allo scorso anno). Per viaggi e vacanze stima di 279 milioni di euro, in calo rispetto al 2024 (-13%).

I dati del Centro Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza



Foto di Federico Giusti

L'INDAGINE DI CONFCOMMERCIO

La tredicesima quest'anno è più «pesante» ma i due terzi se ne vanno in bollette e rate

Si risparmia per il pranzo di Natale (64 euro) e per i regali sotto l'albero si spenderà il 20% in meno (dati Facile.it)

5,2

miliardi: sono il valore dei consumi generati dalla tredicesima di quest'anno con una crescita del 2% rispetto allo scorso anno. Ben 3 miliardi e 348 milioni di euro (il 64%) andranno nelle spese «incomprimibili», cioè spese vive

Serena Copetti

■ Meno regali sotto l'albero e più spese da saldare. Il Natale 2025 si avvicina con una tredicesima più «pesante» ma soprattutto sulla carta. Perché se è vero che tra Milano, Monza Brianza e Lodi saranno

1,376

milioni di euro saranno destinati ai beni (11,4% in più sul 2024); 98 milioni per le cene e i pranzi delle feste (+1%), 69 milioni per spettacoli, concerti e sport (+3%), 279 milioni per viaggi e vacanze con una riduzione rispetto al 2024 del 13%.

creamenti per pranzi e cene fuori casa (+1%) e per eventi e spettacoli (+3%). In netto calo invece la voce viaggi e vacanze (-13%), primo sacrificio in tempi di bilanci familiari sotto pressione.

A pesare, però, è soprattutto il controllo regali. La spesa media

LA RICERCA

Confcommercio Milano: le tredicesime sono in crescita ma finiranno per affrontare spese che sono state rinviate

Crescono i consumi legati alle tredicesime in Lombardia. Secondo il Centro Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, il valore nel 2025 è di quasi 5,2 miliardi di euro.

La crescita al netto dell'inflazione è dell'1,4%, la più contenuta degli ultimi quattro anni. Il rallentamento può essere ricondotto ad una riduzione della propensione al risparmio (-0,2% rispetto al 2024) e un lieve aumento dell'incidenza di povertà delle famiglie (da 4,2% a 4,3%). La spesa turistica di italiani e stranieri incide sui consumi per 519 milioni di euro.

La spesa per i beni, con la tredicesima, è stimata in 1,3 miliardi, in aumento di 140 milioni di euro (+1,3%). Per le cene e i pranzi

A Milano, Monza Brianza e Lodi tredicesima da 5,2 miliardi di euro Crescita netta dell'1,4% nel confronto con lo scorso anno

Per tutti gli altri servizi la spesa complessiva è ammontata a 3 miliardi e 348 milioni di euro. Sono comprese in questa

macro-voce: spese incomprimibili (paga-

LE STIME DI CONFCOMMERCIO, CALANO I VIAGGI

La tredicesima in cene e spettacoli

Due terzi della tredicesima di dicembre destinati, in buona parte, a spese incomprimibili (pagamenti, rate, mutui) e necessarie (manutenzioni, riparazioni). Spesa complessiva per i beni a quasi 1,4 miliardi

■ Crescono i consumi legati alle tredicesime in Lombardia. Secondo il Centro Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, il valore, nel 2025, è di quasi 5,2 miliardi di euro.

La crescita al netto dell'inflazione è dell'1,4%, la più contenuta degli ultimi quattro anni. La spesa turistica di italiani e stranieri incide sui consumi per 519 milioni di euro. La spesa per i beni, con la tredicesima, è stimata in 1,3 miliardi, in aumento di 140 milioni di euro

menti, rate condominiali, mutui, rette scolastiche, premi assicurativi, spese mediche); acquisti necessari (manutenzione casa e auto; igiene della persona, riparazioni); attività legate al benessere personale (estetista, fitness, corsi vari). Quasi due terzi della tredicesima (64%) sono stati destinati a queste spese.

Milano

Con la tredicesima 5 miliardi di consumi

Più di 5 miliardi di consumi generati dalla tredicesima in Lombardia, +2% sul 2024. La stima è del Centro studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La dinamica al netto dell'inflazione sale dell'1,4%. Le tredicesime nette percepite quest'anno ammontano complessivamente a 11 miliardi e 296 milioni, e crescono gli importi delle pensioni (4 miliardi e 153 milioni, +2,1%).

Impresa Cultura Italia-Confcommercio

I dati dell'Osservatorio sui consumi culturali degli italiani

dei consumatori), cinema (35%), musei e mostre (30%), libri (24%), concerti (21%): valori tutti in aumento rispetto al 2024.

Si è incrementata nel 2025 la spesa media mensile delle famiglie in cultura sfiorando i 100 euro, in crescita rispetto ai 94,6 euro del 2024 e agli 83,2 del 2023. E' aumentato, però, anche il divario territoriale: al Nord si spendono 113 euro contro i 74 del Meridione. Le attività culturali più diffuse nel 2025 sono state: guardare programmi e film in tv (92%), ascoltare musica (84%) e leggere libri (68%), mentre tra le attività dal vivo spiccano le visite a musei e siti archeologici (49%), il cinema (45%), gli spettacoli all'aperto (48%), i concerti (36%) e i festival culturali (29%). Sono alcuni dei dati emersi dall'Osservatorio di Impresa

Cultura Italia-Confcommercio-Swg sui consumi culturali degli italiani, diffuso in occasione della presentazione del Master in "Economia e gestione delle imprese culturali", all'Istituto dell'Encyclopédia Italiana Treccani.

La lettura mantiene un ruolo stabile, con il 76% degli italiani che ha letto almeno un libro cartaceo nel 2025 e il 52% che ha letto un libro digitale. Per i libri si conferma un vantaggio netto del formato cartaceo, ma, in parallelo, si rafforza la fruizione informativa online: il 74% ha letto quotidiani digitali gratuiti da sito, mentre la lettura dei quotidiani cartacei resta stabile al 50% e quella tramite app a pagamento al 30%.

Gli italiani hanno speso di più nel 2025 per tv in abbonamento (il 37%



La cultura è sempre più percepita come opportunità di apprendimento ed arricchimento personale: nel 2025 il 50% degli italiani ha attribuito ai consumi culturali questo significato (era il 45% nel dicembre 2024). Cresciuta anche la quota di chi considera la cultura un elemento essenziale per il proprio benessere: al 15%. Mentre resta all'11% la percentuale di chi la percepisce come "un costo" e scende al 9% quella di chi la considera "un'attività come tante altre".

La partecipazione agli eventi dal vivo torna a livelli molto elevati: in particolare ai festival, che coinvolgono il 72% degli italiani. La spesa media per partecipante supera i 193 euro, trainata soprattutto da pernottamenti e ristorazione.

Protocollo Treccani-Confcommercio

L'evento è stato anche l'occasione per presentare il Protocollo di collaborazione Treccani-Confcommercio, accordo quadro che impegna le due realtà a sviluppare congiuntamente progetti di valorizzazione della cultura italiana, iniziative formative e attività di promozione della lettura, dell'imprenditorialità culturale e del patrimonio creativo del Paese. All'interno di questa cornice strategica nasce il Master in "Economia e gestione delle imprese culturali", realizzato da Treccani Accademia per Impresa Cultura Italia-Confcommercio.

Hanno detto

Carlo Fontana, presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio ha commentato: "La ripresa della domanda culturale è un segnale importante per il Paese, ma non possiamo ignorare che l'accesso alla cultura resta ancora profondamente diseguale. Anche per questo chiediamo alle istituzioni un intervento politico capace di sostenere i consumi culturali e ridurre le differenze territoriali, anche attraverso strumenti fiscali che rendano la partecipazione più accessibile".

Per **Massimo Bray**, direttore generale dell'Istituto dell'Encyclopédia Italiana Treccani "I dati dell'Osservatorio confermano quanto la cultura continui a rappresentare, per gli italiani, una straordinaria opportunità di apprendimento ed arricchimento personale. Ma evidenziano anche la necessità di investire con decisione in politiche che rendano l'accesso alla cultura sempre più equo e diffuso. Per questo siamo orgogliosi di presentare, insieme a Confcommercio, un nuovo Protocollo di collaborazione e il Master in Economia e gestione delle imprese culturali".



In un'epoca segnata dalla fruizione digitale colpisce quanto emerso dai dati dell'Osservatorio sui consumi culturali di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, dai quali risulta che gli italiani scelgono i luoghi che garantiscono relazioni ed esperienze, ha rilevato Ali Confcommercio, l'Associazione dei librai. "Alla luce di questa evoluzione" - ha dichiarato **Paolo Ambrosini**, presidente Ali - diventa ancora più urgente investire nella tutela e nella valorizzazione dei luoghi fisici di cultura come le librerie".

Cucina italiana Unesco, Fipe vara il marchio identificativo

Patrimonio Umanità

Stoppani: «Difendiamo l'autenticità del made in Italy in tutto il mondo»

Fipe ha pronto il marchio per i ristoranti italiani sotto egida Unesco. C'è già una versione per l'Italia mentre una internazionale verrà distribuita dal Coordinamento dei Ristoranti italiani autentici all'estero (Riae), gruppo appartenente alla Fipe.

continua il presidente di Fipe -. Vogliamo che funga da riferimento immediato per i consumatori ed è passo decisivo per amplificare il valore della nostra ristorazione all'estero, stimato in 200 miliardi, trasformando questo patrimonio in un volano economico, attrattore di turismo e profitti».

La ristorazione è l'elemento più apprezzato dagli ospiti stranieri che visitano la Penisola tanto da essere la seconda voce di spesa con un conto di oltre 14,5 miliardi e l'obiettivo, secondo Fipe, è arrivare a 18 miliardi. Diversi studi evidenziano anche la stretta cor-

Il grande risultato ottenuto a New Dehli con voto unanime del Comitato intergovernativo Unesco



Cucina italiana patrimonio dell'umanità Da Fipe Confcommercio la vetrofania per la ristorazione

Una vetrofania, che le attività di ristorazione potranno adottare, per celebrare e diffondere il risultato della cucina italiana ottenuto a New Dehli: patrimonio culturale immateriale dell'umanità con una delibera unanime del Comitato intergovernativo dell'Unesco. La vetrofania è promossa da Fipe Confcommercio, la Federazione italiana pubblici esercizi.



due foto di Santa Santacesaria



Lino Stoppani, presidente Fipe Confcommercio, con il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida

Ed una versione internazionale del marchio verrà distribuita dal Coordinamento dei ristoranti italiani autentici all'estero (che fa riferimento a Fipe). "Immatereale" – riflette Fipe – "è indicativo di un aspetto saliente: nella lista dell'Unesco è stato assegnato ad un vero e proprio sistema culturale unitario fatto di saperi e tradizioni, ritualità e convivialità tramandate nel tempo". La cucina italia-

na è perciò "un modello di socialità unico al mondo che va valorizzato e tutelato".

Carlo Sangalli presidente di Confcommercio Con il riconoscimento sistema Italia più competitivo



foto di Marta Baffi

La candidatura della cucina italiana, ha rilevato Fipe Confcommercio, è il risultato di un impegno di sistema che ha visto il fondamentale coinvolgimento delle Istituzioni: Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF); Ministero della Cultura e Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ANCI (Associazione Comuni Italiani) e numerosi altri enti, insieme ad altre espressioni della società civile, ad associazioni, cittadini, imprenditori. "Il riconoscimento della cucina italiana patrimonio dell'umanità - ha dichiarato Lino

Stoppani
presidente
Fipe-
Confcom-
mercio - è
un risultato
straordi-
nario, frutto di
un'azione
di sistema
coordinata
dal MASAF
e dagli altri
enti istitu-
zionali



patrimonio dell'umanità è un risultato straordinario che appartiene all'intero Paese e che valorizza un tratto profondo della nostra identità culturale e sociale". Questo il commento di Carlo Sangalli, presidente Confcommercio. "È un riconoscimento - ha detto Sangalli - che permette al sistema Italia nel complesso, ma soprattutto nel turismo, di essere più competitivo sui mercati esteri e, allo stesso tempo, afferma il ruolo e il valore sociale di un comparto che rappresenta una componente fondamentale del Sense of Italy e dell'attrattività del Paese". "Questo traguardo - ha proseguito Sangalli - rafforza un ecosistema economico fatto di imprese, professionalità e filiere che generano sviluppo e occupazione. Un patrimonio vivo che, con questo riconoscimento, ci incoraggia a investire ancora di più nella qualità, nella sostenibilità e nella tutela delle nostre tradizioni, fondamentali per costruire il futuro del Paese".

**I riconosci-
mento
della cucina**



coinvolti a cui va il nostro ringraziamento e la riconoscenza dell'intero comparto. Auspiciamo che questo risultato rappresenti una best practice per il futuro, perché testimonia come l'Italia sia in grado di fare rete per raggiungere ambiziosi obiettivi". "Questo riconoscimento - ha proseguito Stoppani - testimonia come l'intero sistema economico-produttivo espressione della cucina italiana non sia solo un'attività economica, ma un condensato di valori, che identifica un modello culturale e stili di vita, capaci di coniugare qualità, biodiversità, stagionalità, testimonianza di una tradizione depositaria di valori culturali universali che unisce generazioni ed esperienze familiari, locali e globali".

IL PRESIDENTE DEI PANIFICATORI MILANESE MATTEO CUNSOLO: AL PANE UN RUOLO EMBLEMATICO NEL RICONOSCIMENTO MONDIALE PER LA CUCINA ITALIANA - Per Matteo Cunsolo, presidente dell'Associazione panificatori milanesi: "Il riconoscimento della cucina italiana come patrimonio dell'umanità rappresenta un momento di grande orgoglio nazionale e conferma la ricchezza culturale che il nostro Paese esprime attraverso le sue tradizioni gastronomiche". "In questo panorama - ha rilevato Cunsolo - il pane assume un ruolo emblematico: è il filo che attraversa la nostra storia, il gesto quotidiano che unisce generazioni, territori e saperi". "Dalla manualità antica dei forni alle nuove tecniche che puntano su qualità e sostenibilità, il pane - ha spiegato Cunsolo - racconta la capacità dell'Italia di innovare senza perdere le proprie radici. È un alimento che parla di condivisione, di pace e di solidarietà, valori che oggi più che mai definiscono il nostro modo di stare insieme e di accogliere chi arriva da altre culture. Il pane, simbolo universale e radice della nostra tavola, diventa così il testimone più autentico di un'eredità che continua a crescere e a generare futuro".

Lodi e Monza Brianza Le imprese storiche associate premiate negli eventi di Regione Lombardia

Tappe a Monza e Lodi, con l'assessore regionale allo Sviluppo economico Guido Guidesi, per gli eventi itineranti di Regione Lombardia con la premiazione delle attività storiche di Monza Brianza, Lodi e del Lodigiano riconosciute nel 2025. Riportiamo i riferimenti delle imprese associate premiate.

Lodi e Lodigiano

Alta Moda (Sant'Angelo Lodigiano, 1975, abbigliamento e accessori)
Attimo (Lodi, 1985, abbigliamento e accessori)
Bar Centrale (Codogno, 1962, bar e tabaccheria)
Bar Del Ponte (Sant'Angelo Lodigiano, 1980, bar e tabaccheria)
Bar Motta (Lodi, 1985, bar e tabaccheria)
Bar Trattoria Corona (Caselle Lurani, 1960)
Eerotenda di Cavallini (Sant'Angelo Lodigiano, 1972, casa e arredamento)
Farmacia Barbieri (Lodi, 1965)
Foto Ottica sari (Borghetto Lodigiano, 1920)
Fratti Diffusione Moda (Sant'Angelo Lodigiano, 1946, abbigliamento e accessori)
I Galimberti Fornai Pasticceri (Casalpusterlengo, 1981)
Locatelli A. e C. (Lodi, 1956, abbigliamento e accessori)
Macelleria Bonomi (Lodi, 1985)
Marco Polo (Codogno, 1983, abbigliamento e accessori)
Ristorante Sayonara (Graffignana, 1978)
Santi (San Rocco al Porto, 1970, abbigliamento e accessori)
Trattoria La Stasiuneta (Casaletto Lodigiano, 1972)
Tuttocarni da Gaetano (Guardamiglio, 1984)
Victory Bar (Lodi, 1984, bar e tabaccheria)

Monza Brianza

Abbigliamento F.lli Lunardi (Cesano Maderno, 1962)
Antica Macelleria Gigi Viganò Mini Market delle Carni (Verano Brianza, 1974)
Atlantic (Cesano Maderno, 1966, abbigliamento)
Bar Madonna (Seveso, 1980)
Bar Toc (Seregno, 1974, bar e tabaccheria)



◀ Guido Guidesi,
assessore
allo Sviluppo
Economico
di Regione Lombardia

Bellini Cappelli (Meda, 1955)
Biblos Cartoleria (Seregno, 1973)
Camas Illuminazione (Seveso, 1982)

Cereda Calzature (Monza, 1965)
Colzani (Seregno, 1927, ricambi moto)
Farmacia Pirovano (Meda, 1973)
F.lli Bendin Ortofrutta (Monza, 1960)
F.lli Guzzabocca (Seregno, 1979, macchine utensili)
Giuly (Lissone, 1980, abbigliamento e accessori)
Il Buco Abbigliamento (Cesano Maderno, 1984)
Il Pane degli Spreafico (Cesano Maderno, 1945)
La Cartoleria (Villasanta, 1948)
Mauri Macelleria (Seregno, 1971)
Moreo (Concorezzo, 1963, concessionaria auto)
Ottica Annoni (Monza, 1978)
Ottica Cesana (Cesano Maderno, 1969)
Ottica Sordi (Varedo, 1966)
Panificio Salumeria (Seveso, 1982)
Parrucchieri By Italo (Monza, 1981)
Perego (Meda, 1954, calzature e accessori moda)
Profumeria Meroni (Monza, 1956)
Ristorante La Sprelunga (Seveso, 1980)
Seveso Ricambi (Seveso, 1965, auto e moto)
Snail Bar (Barlassina, 1984)
Spinelli Gomme (Cesano Maderno, 1957)
Tabaccheria Ricevitoria Canzi (Lissone, 1969)
Tintoria Volpi (Seveso, 1959)
Trattoria Mercato (Monza, 1957)
Trattoria Rondinella (Varedo, 1969)
Café del Viale (Limbiate, 1984)

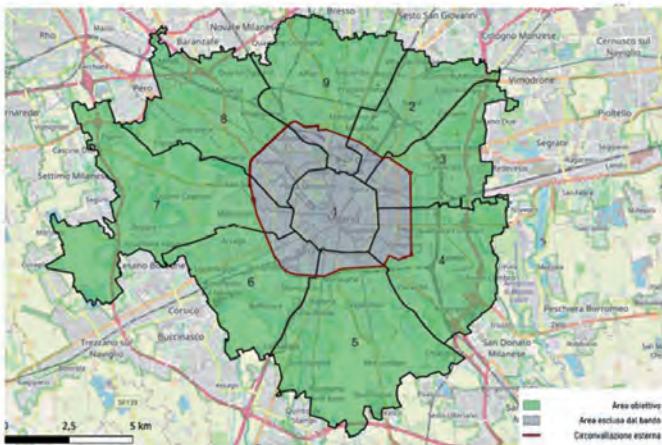
**PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE D'ISCRIZIONE
PER L'ELENCO REGIONALE DELLE ATTIVITÀ
STORICHE. DOCUMENTAZIONE ENTRO IL 13 MARZO -**
Regione Lombardia ha fissato al 15 aprile la scadenza per presentare le domande d'iscrizione nell'ELENCO regionale delle attività storiche e di tradizione. Le candidature inviate entro quella data concorreranno per ottenere il riconoscimento di negozio, locale o bottega artigiana storica. Requisiti necessari: 40 anni di attività ininterrotta;

continuità della merceologia offerta; permanenza nel tempo dell'insegna. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza è soggetto accreditato presso Regione Lombardia per richiedere, attraverso l'Unità Finanziamenti, il riconoscimento di impresa storica. In considerazione del controllo della documentazione necessaria, la scadenza per segnalare alla propria associazione di riferimento il materiale relativo alle proposte di riconoscimento storico è venerdì 13 marzo.



AVVISO PUBBLICO NEGOZI E BOTTEGHE DI QUARTIERE

FINANZIAMENTI A FONDO PERDUTO
PER APRIRE O AMMODERNARE
MICRO E PICCOLE ATTIVITÀ CON VETRINE SU STRADA
OLTRE LA CIRCONVALLAZIONE ESTERNA



Realizzato dal Comune
in collaborazione con Camera
di Commercio di Milano
Monza Brianza Lodi
e Fondazione Welfare
Ambrosiano

Linea B – Vetrine da aprire, per l'apertura di nuove attività economiche (o di una nuova unità locale) di prossimità in locali commerciali sfitti o inutilizzati (non di proprietà del richiedente) nell'area obiettivo.

Per la Linea B, le imprese devono aver individuato il locale in cui realizzare l'intervento e, al momento della domanda, allegare copia del contratto di locazione sottoscritto da non più di 30 giorni o, in alternativa, un preliminare di contratto o una lettera di intenti da parte del proprietario dell'immobile.

In ogni caso, il titolo di disponibilità del locale, se non perfezionato al momento della domanda, dovrà essere sottoscritto, regolarmente registrato e trasmesso in copia al Comune di Milano non oltre tre mesi dalla data di approvazione della graduatoria, a pena di decadenza.

Il contributo ottenibile è, a fondo perduto, pari al 75% del programma di spesa approvato e per un importo massimo di 30.000 euro. Non sono ammissibili programmi di spesa inferiori a 10.000 euro (al netto di Iva e altri oneri).

Solo per i beneficiari
della
Linea B –
Vetrine da
aprire,
l'Ammini-
strazione

Milano oltre la circonvallazione esterna Il bando “Negozi e Botteghe di quartiere”

Online il bando del Comune di Milano, “Negozi e Botteghe di quartiere”, realizzato in collaborazione con Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi e Fondazione Welfare Ambrosiano. Con una dotazione complessiva di 4 milioni di euro, il bando è rivolto alle imprese di vicinato di micro e piccole dimensioni attive nel settore del commercio, dell'artigianato, della ristorazione e dei servizi, situate nei quartieri di Milano oltre la circonvallazione esterna.

Due le linee d'intervento previste.

Linea A - Vetrine aperte, per il rafforzamento di attività economiche con vetrine su strada già attive nell'area obiettivo.

comunale riconosce un ulteriore contributo di 10.000 euro per spese di locazione relative al periodo di avvio dell'attività. Le domande possono essere presentate online fino al 31 marzo 2027 (ore 18) salvo esaurimento delle risorse disponibili. La domanda di agevolazione, unitamente ai relativi allegati, va presentata esclusivamente attraverso lo sportello online “Contributi alle imprese” all'interno del sistema ReStart messo a disposizione dalla Camera di commercio, disponibile su <https://restart.infocamere.it/>.

SABATO 21 FEBBRAIO TORNA “LA GIORNATA DEL DETTAGLIANTE ORTOFRUTTICOLO”

- Torna, sabato 21 febbraio, “La Giornata del Dettagliante Ortofrutticolo” promossa dall'Associazione milanese degli operatori del dettaglio ortofrutta. Le imprese aderenti doneranno ai loro clienti, o potenziali nuovi, una mela offerta da Melinda. “La Giornata del Dettagliante Ortofrutticolo”, riproposta dal presidente dell'Associazione dettaglianti ortofrutticoli Gianfranco Gentile in accordo con il Consiglio Direttivo, promuove il valore della professionalità e del rapporto umano che si trova nel negozio del dettagliante ortofrutta.





Organizzata dal MAECl,
Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale,
a Fiera Milano Rho



Il presidente Aice e vicepresidente Confcommercio Riccardo Garosci alla Conferenza nazionale dell'Export

Riccardo Garosci, presidente di Aice (Associazione italiana commercio estero) e vicepresidente Confcommercio (e Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza), ha partecipato a Fiera Milano Rho alla Conferenza nazionale dell'Export e dell'Internazionalizzazione delle Imprese, iniziativa organizzata dal MAECl – Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale - intervenendo nel panel "La voce alle imprese". Un momento di confronto molto importante: le associazioni hanno dialogato sulle strategie di sostegno all'export e sul valore della collaborazione tra imprese e Istituzioni, oggi più che mai decisiva per accompagnare le aziende nei mercati internazionali. Nel suo



Riccardo Garosci

intervento, Garosci ha richiamato l'attenzione sul sostegno all'Accordo Mercosur, sottolineandone le potenzialità per il sistema imprenditoriale italiano, e sul contributo strategico del terziario all'export, un asset spesso sottovalutato, ma centrale per la competitività del Made in Italy nel mondo. Una giornata di lavoro e confronto utile per leggere i cambiamenti in atto, cogliere le opportunità offerte dai mercati esteri ed affrontare con maggiore consapevolezza le sfide e le criticità del commercio internazionale.

Forte preoccupazione dei distributori di carburanti a Milano, Monza Brianza e Lodi (che si sono associati alla protesta nazionale di FIGISC e ANISA Confcommercio) per la riduzione della durata del contratto di comodato da sei a quattro anni prevista

dal DDL di riforma della contrattualistica aziende-gestori. La riduzione della durata del comodato determinerebbe un ulteriore squilibrio contrattuale a danno del gestore, dopo l'introduzione della nuova tipologia di contratto di affidamento dei servizi. FIGISC Confcommercio Milano, Lodi e Monza ha sottolineato come in Lombardia la rete della distribuzione carburanti – con oltre 3.100 impianti attivi – sia già in una fase di grave

In Lombardia oltre 3.100 impianti.
Ma a Milano zona centrale
sono ormai ridotti al lumicino



La protesta dei gestori carburanti No al taglio del contratto di comodato FIGISC Confcommercio Milano, Lodi e Monza: rete distributiva già in grave sofferenza

sofferenza, con margini ridotti, costi in aumento e chiusure di

impianti. E a Milano, anche a causa delle limitazioni al traffico veicolare (Area B, Area C, ztl) soprattutto nella parte centrale della città ormai – ha rilevato FIGISC - le stazioni di carburanti si contano sulle dita di una mano. Per FIGISC Confcommercio Milano, Lodi e Monza non vi è alcuna esigenza di "precarizzare" ulteriormente il comparto: una riduzione dei contratti aggraverebbe la fragilità delle imprese e diminuirebbe gli occupati.

Da ALI Milano, l'Associazione librai, forte preoccupazione e netto dissenso rispetto all'orientamento del Comune di Milano (espresso da una recente delibera approvata dalla Giunta Comunale) che ha definito la destinazione dei finanziamenti ministeriali assegnati al Sistema Bibliotecario di Milano nell'ambito del Fondo editoria libraria (istituito ai sensi dell'articolo 3, comma 2, del Decreto legge 27 dicembre 2024 n. 201).

La scelta dell'Amministrazione comunale di destinare il 90% delle risorse pubbliche esclusivamente agli esercizi iscritti all'"Albo delle librerie milanesi di quartiere" introduce, infatti – ha rilevato ALI Milano - una distinzione artificiale e profondamente iniqua all'interno del settore, creando di fatto librerie di serie A e librerie di serie B.

Pur riconoscendo il valore delle librerie di quartiere come presidi culturali e



ALI Milano: sull'Albo delle librerie di quartiere e sul Fondo editoria libraria una scelta che divide il settore e penalizza librai qualificati



sociali, ALI Milano contesta con forza un'impostazione che concentra la quasi totalità delle risorse pubbliche su una platea ristretta, escludendo librerie qualificate che operano da anni sul territorio cittadino e che contribuiscono quotidianamente alla promozione della lettura, alla vitalità culturale dei quartieri e alla tenuta sociale della città.

Si tratta di una scelta che divide il settore invece di rafforzarlo, alimentando una contrapposizione impropria tra le imprese, quando la realtà del mondo librario milanese è fatta di professionalità diffuse, pluralità di modelli e impegno costante, indipendentemente dall'iscrizione a un Albo.

In particolare, ALI Milano ha rilevato che la delibera: esclude arbitrariamente librerie qualificate, attive da anni sul territorio e riconosciute dai lettori come veri presidi culturali;

trasforma risorse ministeriali destinate al sostegno dell'editoria in uno strumento discrezionale, subordinando l'accesso a scelte politiche e amministrative anziché a criteri oggettivi e di merito; mette a rischio la pluralità dell'offerta libraria cittadina, penalizzando realtà che, pur non rientrando nell'Albo, svolgono un ruolo essenziale nella diffusione della cultura e nella promozione della lettura.

ALI Milano ribadisce che le risorse pubbliche destinate alla promozione della lettura devono

essere accessibili all'intero comparto librario attraverso criteri equi, inclusivi e proporzionati, capaci di valorizzare tutte le librerie qualificate.

Per queste ragioni ALI Milano ha chiesto al Comune di Milano una revisione urgente dell'impianto complessivo delle misure adottate, affinché i fondi ministeriali destinati all'editoria e alla lettura siano realmente utilizzati come strumento di crescita condivisa e non come fattore di divisione. ALI Milano ha confermato la propria disponibilità a un confronto costruttivo con l'Amministrazione comunale, ma ha ribadito con fermezza che la promozione della lettura non può e non deve passare attraverso politiche che creano esclusioni e discriminazioni all'interno del mondo delle librerie.

Ogni giorno cerchi, trovi e risparmi

Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza ti offre una vastissima selezione di proposte con **vantaggi e sconti** per soddisfare ogni giorno le necessità della tua azienda, della persona e della tua famiglia.

Dalle convenzioni speciali per viaggi in **treno con Italo**, a quelle con i **parcheggi negli aeroporti**; dai vantaggi su acquisto o noleggio **auto** a quelli sulle **assicurazioni** auto e tante altre.

La Guida Convenzioni di Confcommercio Milano è il tuo principale **punto di riferimento** da consultare prima di fare qualsiasi acquisto o scegliere dei servizi.

Consulta la Guida Convenzioni on line sul sito
confcommerciomilano.it

 Confcommercio Milano
 confcommercioperte
metromappa.confcommerciomilano.it


CONFCOMMERCI
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

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



Organizzato da Alessandro Gini
di up4business
e Benedetta Consorti
di b-links

Con la partnership di Asseprim in Confcommercio Milano il 29 e 30 gennaio la terza edizione di Inspire Day per chi utilizza e apprezza LinkedIn

I 29 e 30 gennaio, in Confcommercio Milano (Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47, sala Orlando) terza edizione di Inspire Day, l'evento dedicato all'ispirazione e al confronto per chi utilizza e apprezza LinkedIn.

Il primo giorno dedicato all'ispirazione tramite speech e networking sarà seguito da una giornata di masterclass con diversi interventi di esperti della materia. (AT)

Inspire Day è un evento a pagamento: per i soci Asseprim lo sconto è del 15%. Per info scrivi a segreteria@asseprim.it.

Deliberato lo stanziamento in occasione dell'approvazione del bilancio 2026-2028

“Lo stanziamento di risorse per i Distretti del commercio è un’ottima notizia per le attività commerciali, ma anche, e soprattutto, per la vivibilità delle nostre città. Siamo molto soddisfatti che il Consiglio di Regione Lombardia abbia condiviso il valore di questo partenariato locale pubblico-privato in grado di unire territori, esperienze e idee, a partire dal ruolo delle attività di prossimità”. Così il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti ha commentato lo stanziamento di 60 milioni di euro a favore dei Distretti del commercio – attualmente sono 219 e coinvol-

gono il 60% dei Comuni lombardi - deliberati dal Consiglio regionale lombardo in occasione della seduta di discussione e approvazione del bilancio 2026-2028. Distretti che hanno dimostrato, e dimostrano, di avere un impatto positivo. Considerando una diminuzione complessiva delle attività di prossimità – negli ultimi 10 anni si è persa una superficie pari a 53 campi da calcio - dal 2019 al 2025 i negozi dei Comuni che fanno parte di un Distretto (considerati i Distretti diffusi di rilevanza intercomunale e non i Distretti Urbani del Commercio, poiché spesso non coprono



Dal Consiglio di Regione Lombardia 60 milioni di euro per i Distretti del commercio

Soddisfazione
di Confcommercio
Lombardia

l’intera area del Comune) hanno dimostrato una maggiore resilienza. Resilienza che aumenta con la partecipazione al bando dedicato di Regione Lombardia 2022-2024: in questo caso il tasso medio di decrescita delle attività di prossimità è del 4,8%, rispetto al

6,1% degli altri Comuni (Elaborazione Confcommercio Lombardia su dati dell’Osservatorio Regionale del Commercio). (NM)



Carlo Massoletti,
vicepresidente vicario
di Confcommercio
Lombardia



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Sportello Sostenibilità-ESG: una bussola per il futuro

Ogni azienda deve fare delle **scelte**.
Come identificare quelle **giuste**?

La sostenibilità è il tema principale di **oggi** e ancora più
del **domani**, essenziale per restare **competitivi** e
per **dialogare con banche, fornitori e clienti**.

Anche le PMI devono giocare un ruolo da
protagonista in campo ESG.

Lo Sportello Sostenibilità-ESG
di Confcommercio Milano offre una
consulenza personalizzata nell'ambito
delle tre dimensioni:

Ambientale (E), Sociale (S)
e di **Governance (G)**.

Valuta impatti, **rischi e vantaggi**, e ottieni
indicazioni pratiche su normative, best
practice ESG, certificazioni di qualità,
bandi e molto altro, per **individuare le**
priorità da cui cominciare.

**PRENOTA UNA CONSULENZA E
INIZIA IL TUO VIAGGIO VERSO
UN FUTURO SOSTENIBILE**



Contratti "pirata": Agenti FNAARC difende il ruolo dell'agente di commercio sancito dagli Accordi Economici Collettivi



“ contratti pirata, tema caldo sollevato da Confcommercio con il presidente Carlo Sangalli – spiega Alberto Petranzan, presidente di AGENTI FNAARC, la Federazione nazionale degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio – hanno una loro analogia anche nel mondo della rappresentanza commerciale dove trovano applicazione gli Accordi Economici Collettivi, sottoscritti da Agenti FNAARC con le principali organizzazioni delle imprese del commercio e dell'industria, che disciplinano il rapporto tra agente e mandante. Vediamo, infatti, sempre più spesso aziende che usano impropriamente le figure del procacciatore d'affari o del consulente al posto dell'agente di commercio, anche se non ne hanno i requisiti. Una scorciatoia che crea, di fatto, una confusione nel rapporto di lavoro tra mandante e agente e soprattutto vanifica le intese sindacali raggiunte tramite gli Accordi Economici Collettivi per entrambi i soggetti”. In Italia operano 210.000 agenti di commercio a fronte di circa 40.000 procacciatori d'affari attivi. Secondo Agenti FNAARC la distinzione tra le due figure, ribadita di recente anche dalla Cassazione (ordinanza n. 27571/2025), non è una sfumatura,

ma un elemento sostanziale: l'agente di commercio svolge un'attività stabile e continuativa di promozione, nell'ambito di un rapporto professionale autonomo e non occasionale. L'agente è tenuto all'iscrizione Enasarco.

Il procacciatore, invece, è una figura che si caratterizza per la mancanza di stabilità. Si limita a segnalare affari o raccogliere proposte per conto della mandante, senza poteri di rappresentanza né obblighi di promozione continuativa. L'utilizzo improprio del contratto da procacciatore per mascherare un vero rapporto di agenzia non è solo scorretto, ma anche rischioso: può comportare accertamenti da parte di Enasarco e da parte del fisco, con la possibile perdita di deduzioni o agevolazioni previste per gli agenti di commercio regolarmente inquadrati. Inoltre, non applicando gli Accordi Economici Collettivi, non si tutela né l'azienda né il lavoratore, aprendo le porte a possibili e onerosi contenziosi legali. Agenti FNAARC richiama perciò l'attenzione sulla necessità di una corretta distinzione delle due figure.

FEDERMOTORIZZAZIONE: CONFERMA DI SIMONPAOLO BUONGIARDINO ALLA PRESIDENZA

Simonpaolo Buongiardino è stato riconfermato presidente di Federmotorizzazione, la Federazione nazionale commercianti della motorizzazione (Federmotorizzazione fa parte di Confcommercio Mobilità). Vicepresidente è stato eletto Klaus Algieri (Cosenza). Fanno parte del Consiglio e della Giunta di Federmotorizzazione: Loreno Epis (Bergamo), Luigi Pucciarelli (Bologna), Michele Biselli (Perugia), Oscar Zorgnotti (Gorizia) e Alessandro Finicelli (Milano). Completano il Consiglio: Roberto Santo (Cremona), Massimo Musazzi (Varese), Andrea Toffoli (Lodi), Saul Mariani (Monza e Brianza) e Andrea Citro (Milano).

Turismo con uno sviluppo più equilibrato e desertificazione commerciale Due sfide da affrontare

I 2025 ha definitivamente sancito il sorpasso nella composizione del Pil di commercio e servizi nei confronti dell'industria. A pesare negativamente, per quest'ultima, è il continuo calo della produzione manifatturiera da oltre 10 quarter. Mentre a spingere il terziario, oltre alla costante crescita dei servizi di ogni tipo entro i confini, ha contribuito l'attrattività turistica, in continua crescita dal 2023. A rendere possibile tali exploit ci ha pensato il turismo estero, la cui capacità di spesa è sovente doppia di quella nostrana. In questo quadro roseo per commercio e incoming turistico, ci sono, però, due voci che stonano. La prima: si concentra sempre più l'attrattività, e quindi la presenza, nelle grandi città d'arte e balneari o località montane a forte componente commerciale-ricettiva, riservando ad altre importanti realtà di minori dimensioni ruoli marginali. La seconda riguarda la progressiva desertificazione dei negozi rionali di vicinato in ogni tipo di città e sempre più anche nei paesi. La prima componente citata potrebbe avere, se adeguatamente inserita nei circuiti attrattivi, un significativo valore aggiunto la cui incidenza per il nostro Pil potrebbe far

Il punto

accrescere l'attuale quota di 250 miliardi dal 10 al 20%. Comuni e Regioni dovrebbero impegnarsi a migliorare i collegamenti dei trasporti e a definire un modello attrattivo che fissi condizioni favorevoli non solo per la visita, ma anche per il soggiorno. Non è un caso che molti Comuni, seppur di medie e piccole dimensioni, tendono sempre più ad allestire mostre d'arte di significativa importanza in grado di calamitare il turista. Più complesso, invece, riuscire a limitare la desertificazione del piccolo commercio di vicinato: sicuramente allargare gli obiettivi residenziali stabili verso i rioni non centrali aiuterebbe, ma per riuscire, servirebbero anche trasporti locali ben più efficienti ed un senso di sicurezza che degrada oltre i centri cittadini (seppur in questi ultimi le zone delle stazioni, in particolare, siano ben più a rischio delle periferie).



Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



L'Associazione autorimesse ha rinnovato il Consiglio Direttivo. Stefano Martarelli confermato presidente

Il bilancio 2025 di APA: un anno di impegno concreto per innovazione, sostenibilità e dialogo con le Istituzioni

Nel corso del 2025 APA, l'Associazione autorimesse Confcommercio Milano, ha rafforzato il proprio ruolo di riferimento per le imprese del settore, promuovendo un insieme articolato di iniziative volte a sostenere la competitività delle aziende associate, favorire l'innovazione e contribuire allo sviluppo sostenibile della mobilità urbana milanese.

Tra le principali attività svolte nel corso dell'anno, APA ha svolto un ruolo attivo e continuativo nel rappresentare le imprese, con particolare attenzione alle ricadute operative e gestionali legate all'introduzione e all'evoluzione delle ztl di Milano, in particolare quelle di Quadrilatero, già attiva, e dell'Isola, con l'obiettivo di rappresentare le esigenze del comparto e contribuire alla definizione di soluzioni equilibrate che consentano la convivenza tra le esigenze di regolazione del traffico e il corretto svolgimento delle attività economiche e del tessuto commerciale.

Nel corso del 2025 APA ha inoltre svolto un'importante attività di informazione e supporto alle imprese associate, fornendo aggiornamenti costanti sull'evoluzione normativa delle ztl, chiarimenti interpretativi e momenti di confronto per raccolgere segnalazioni e criticità operative emerse nella fase di

applicazione del provvedimento ed anche successivamente. APA ha contribuito anche all'evoluzione delle autorimesse come hub funzionali della città, con particolare attenzione ai temi della sostenibilità ambientale e dell'intermobilità cittadina, promuovendo una maggiore consapevolezza

dell'importanza del settore per la riduzione della congestione urbana e per una gestione più ordinata e sostenibile degli spostamenti in città.

"Il 2025 ha rappresentato un anno di lavoro intenso e di confronto costruttivo – afferma Simone Mangiafico, segretario di APA Confcommercio Milano - Continuiamo a sostenere le imprese del settore accompagnandole nelle sfide del cambiamento, con l'obiettivo di rafforzare la qualità dei servizi e il loro ruolo all'interno della città di Milano".

Sul finire dell'anno è stato rinnovato anche il Consiglio Direttivo di APA, con la conferma per acclamazione, da parte dell'Assemblea, del presidente Stefano Martarelli. Un Consiglio che ha visto l'ingresso anche di nuove imprese e di giovani imprenditori con un forte e spiccato senso di appartenenza e di spirito associativo.

APA conferma così il proprio impegno a favore delle imprese associate, guardando con determinazione alle sfide future del settore.





Manfred Pinzger

Confturismo: Manfred Pinzger presidente

Manfred Pinzger, vicepresidente di Confcommercio e Federalberghi, è il nuovo presidente di Confturismo-Confcommercio. Rinnovato anche il Consiglio Generale per il prossimo quinquennio. Nato a Silandro (Bolzano) nel 1959, Pinzger è stato presidente dell'Unione Albergatori e Pubblici Esercenti (HGV) di Bolzano. Tra gli incarichi attuali ricopre anche il ruolo di membro del Consiglio e della Giunta della Camera di Commercio di Bolzano. È stato inoltre senatore nella XV e nella XVI Legislatura nonché componente del Consiglio d'Europa a Strasburgo. Confturismo è nata 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 del settore. 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; Fto (Federazione del turismo organizzato); Fiavet (Federazione Associazioni imprese viaggi e turismo); FIPE (Federazione italiana pubblici esercizi).

La Federazione dettaglianti dell'alimentazione ha rinnovato gli organi sociali

Gianfranco Gentile ed Emilio Radrizzani nel Consiglio di FIDA

La Federazione italiana dettaglianti dell'alimentazione – FIDA - ha rinnovato gli organi sociali. Confermata Donatella Prampolini alla presidenza. Nel Consiglio di FIDA: Luca Bonicelli, Marinella Degliesposti, Andrea Freschi, Gianfranco Gentile (presidente dell'Associazione milanese dettaglianti ortofrutticoli), Riccardo Guerci, Giuseppe Ligorio, Giuseppe Molinari, Salvatore Nusdeo, Emilio Radrizzani (consigliere Assofood, l'Associazione milanese del dettaglio alimentare), Nicola Ribaga, Antonino Scordo, Francesco Somma, Samuele Tognaccioli, Giorgia Tosi e Riccardo Zanchetta. Il Collegio dei Probiviri è composto da Livio Bresciani, Elisabetta Bessi e Vincenzo De Luca.



*Nel Consiglio FIDA
Gianfranco Gentile (presidente
dell'Associazione milanese
dettaglianti ortofrutticoli – foto 1)
ed Emilio Radrizzani
(consigliere Assofood,
l'Associazione milanese
del dettaglio alimentare – foto 2)*

E' il direttore generale di Aires, l'Associazione italiana retailer elettrodomestici specializzati



Davide Rossi

I direttore generale di Aires (l'Associazione italiana retailer

Davide Rossi nel board di EuroCommerce

elettrodomestici specializzati aderente a Confcommercio) Davide Rossi è entrato a far parte del board di EuroCommerce. EuroCommerce,

organizzazione europea del commercio, rappresenta le associazioni nazionali di 27 Paesi, numerose associazioni settoriali e le maggiori imprese internazionali del comparto. La nomina è stata ufficializzata nel corso dell'Assemblea generale a conferma del ruolo ricoperto dal settore rappresentato dall'EuCER Council, la Federazione europea dei rivenditori di prodotti elettrici ed elettronici (di cui Rossi è consigliere delegato). EuCER, che riunisce i principali gruppi e catene di distribuzione specializzata a livello europeo, è fra gli interlocutori chiave per le istituzioni dell'Unione sui temi della sostenibilità, dell'economia circolare, della gestione dei rifiuti elettronici (WEEE), della regolazione del mercato e della competitività.



1

Melegnano: i premiati del Concorso Vetrine di Natale



2

A "Matilde Flowers" il primo premio assoluto, a Melegnano, del Concorso Vetrine di Natale 2025 giunto alla sua quarta edizione. Primo classificato nell'alimentare "La Casa del Pane", mentre "Bittarelli Macchine da Cucire" si è classificato al primo posto nel settore non alimentare. Premio dell'originalità assegnato a "Macelleria Zacchetti".



3



4

Tutti i premiati

1° Premio assoluto "Matilde Flowers"

Alimentare

- 1° classificato: "La Casa del Pane"
- 2° classificato: "Pasticceria Lombardia e Panificio Vitali"
- 3° classificato: "Il Forno di Pizzasegale"

Non alimentare

- 1° classificato: "Bittarelli Macchine da Cucire"
- 2° classificato: "Arioldi Gioielleria"
- 3° classificato: "Il Sorriso dei Popoli"

Premio originalità

- "Macelleria Zacchetti"

Concorso Vetrine di Natale a Melegnano, nelle immagini i premiati con la presidente della Confcommercio territoriale di Melegnano Caterina Ippolito e il segretario Cesare Lavia: "Matilde Flowers" primo premio assoluto (foto 1); "La Casa del pane", primo classificato nell'alimentare (foto 2); "Bittarelli Macchine da Cucire", primo classificato nel non alimentare (foto 3); "Macelleria Zacchetti", premio originalità (foto 4)

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



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
SPORTELLO
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**





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**

