

Unione informa

Conf
com



Confcommercio
Milano Lodi Monza Brianza

MENSILE DI CONFCOMMERCIO MILANO LODI MONZA BRIANZA

Il 36° Rapporto "MILANO PRODUTTIVA"
Milano, Monza Brianza, Lodi: trainano i servizi
Ma l'energia è ancora troppo cara



Innovazione tecnologica
Il 21 ottobre "CES Unveiled Milan"
(Tappa europea per promuovere il
"Consumer Electronics Show" di Las Vegas)



QUANDO UN FILM FA CRESCERE IL TURISMO STRANIERO



Hollywood fa bene al turismo di Milano. Dopo l'uscita di «Il Diavolo veste Prada 2», girato in buona parte in città, secondo un'analisi del Centro studi di Confcommercio Milano è aumentata del 18% la presenza dei turisti stranieri nelle location del film. Nella zona fra Cairoli e Palazzo Clerici la crescita è stata del 28%, seguita da Galleria Vittorio Emanuele II - Duomo. Brera e Montenapoleone. Dal primo maggio al 26 luglio, si è trattato del 47,7% di turisti provenienti da Paesi extra Ue e del 52,3% europei. La prima nazionalità è quella Usa.

(L'analisi del Centro Studi di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza)



**Il Diavolo vestirà pure Prada
ma la città ha stregato
i turisti e gli amanti dei set**

Grazie al film campione d'incassi il movimento turistico è cresciuto del 18%, con il pellegrinaggio nei luoghi iconici

**Diavolo veste Prada
Boom di stranieri
nei luoghi del film**

Effetto Wintour Più 18 per cento di turisti nelle location in città. Nel trimestre estivo attesi 1,5 milioni di visitatori, 20% dagli Usa

"Meryl Streep in Galleria Vittorio Emanuele II
Immagini tratte dal film 'Il Diavolo veste Prada 2' "



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**

L'intervista al sondaggio realizzato da Confindustria

Sangalli sul futuro sindaco «Ci sono nomi di spessore»

di Elisabetta Soglio

In città si voterà nel 2027. Ci sarà bisogno di un politico o di un tecnico? Carlo Sangalli, presidente di Confindustria Milano, ha le idee chiare e per l'occasione ha anche i risultati di un sondaggio. Sul tema del sindaco «non porrei la domanda in questi termini, perché una caratteristica non è alternativa all'altra. Milano ha bisogno di visione, sul tema della crescita in chia-

ve policentrica, della rigenerazione delle periferie, dello sviluppo di spazi di ricerca, sulla sua promozione nel mondo. E nello stesso tempo le serve concretezza. Tra le priorità sono state indicate sicurezza, mobilità e immigrazione. Come prima soluzione viene sollecitato un presidio maggiore delle Forze dell'ordine nelle strade e nei quartieri. Per quanto riguarda la mobilità viene chiesto di rafforzare ulteriormente il trasporto pubblico».

CORRIERE DELLA SERA
Milano

15 agosto 2026

Chi è

● Carlo Sangalli (foto), presidente di Confindustria Milano, è nato a Porlezza il 31 agosto 1937

● Secondo un sondaggio lanciato dall'associazione fra cittadini e imprese —

aperto fino a settembre — le priorità sono sicurezza, mobilità e immigrazione

● Secondo Carlo Sangalli le urgenze della città sono la gestione dell'intelligenza artificiale, la sicurezza e l'immigrazione



Sicurezza, mobilità, immigrazione «Ecco le priorità per i milanesi»

Sangalli: il commercio aiuta l'integrazione. Il nuovo sindaco? Servono visione e concretezza

Intelligenza artificiale
Fenomeno potente e rischioso: occorre monitorare gli impatti su lavoratori e imprese
di Elisabetta Soglio

Un sindaco civico o un sindaco politico?

«Non porrei la domanda in questi termini, perché una caratteristica non è alternativa all'altra. Milano ha bisogno di visione, sul tema della crescita in chiave policentrica, della rigenerazione delle periferie, dello sviluppo di spazi di ricerca, sulla sua promozione nel mondo. E nello stesso tempo le serve concretezza, ad esempio su gestione della mobilità e sicurezza».

Allora così: meglio un sindaco amministratore di condominio, come si definì Gabriele Albertini, o un sindaco legato ad un partito?

«Avevamo molto apprezzato il lavoro di Gabriele Albertini: ma se fai bene l'amministratore di condominio devi avere anche sensibilità politica e devi tenere i rapporti con i partiti, usando capacità di mediazione».

Fra i nomi che circolano c'è il suo sindaco ideale?

«Ci sono diversi nomi di

grande spessore e valore: e credo non si sceglierà sulle basi di uno schieramento o dell'altro, quanto sul progetto, sul programma e sulla capacità di sostenerlo economicamente».

Cosa glielo fa pensare?

Carlo Sangalli, presidente di Confindustria Milano, a questo punto estrae alcuni fogli da una cartellina e li sfoglia mentre spiega: «Abbiamo deciso di ascoltare la voce di cittadini e imprese con un sondaggio che resterà aperto fino a settembre ma dal quale abbiamo già qualche indicazione interessante. Finora abbiamo raccolto oltre 2 mila risposte. E fra le altre cose emerge un grande interesse per le prossime elezioni comunali. Merito anche del dibattito sugli aspiranti candidati sindaci che il Corriere ha ospitato».

Altre anticipazioni del sondaggio?

«Tra le priorità sono state indicate sicurezza, mobilità e immigrazione. Come prima soluzione viene sollecitato un presidio maggiore delle Forze dell'ordine nelle strade e nei quartieri. Per quanto riguarda la mobilità viene chiesto di rafforzare ulteriormente il trasporto pubblico e di aumentare i parcheggi di interscambio. Si alle ciclabili ma ben de-

lineate. La crescita del turismo è vista come una opportunità ma deve essere gestita. Decisa contrarietà (69 per cento) è invece dichiarata sull'aumento ulteriore dell'imposta di soggiorno».

Se lei volesse indicare due urgenze per Milano?

«Partirei dal tema, diventato emergenza, dell'intelligenza artificiale, su cui ci ha dato ampissimi spunti di riflessione l'enciclica Magnifica Humanitas di Papa Leone XIV. Penso alle ripercussioni nella società e nel mondo delle imprese che ci impongono di gestire un fenomeno tanto potente quanto rischioso. Penso che da Milano potrebbe partire un segnale importante. Lo si potrebbe fare con un coordinamento, un board, tra istituzioni e partiti sociali con l'obiettivo di monitorare, informare e confrontarsi sull'evoluzione e sugli impatti dell'intelligenza artificiale generativa su lavoratori e imprese. Tra l'altro, il tema di come andrebbe disciplinata la AI nei rapporti di lavoro sarà toccato a livello nazionale nel confronto con le organizzazioni sindacali in autunno».

Seconda?

«Nel sondaggio si parla di sicurezza e questo tema spesso si collega e confonde con quello dell'immigrazione. Ma su quest'ultimo aspetto le imprese svolgono un ruolo di integrazione essenziale e insostituibile sia per la formazione che per la conoscenza della lingua e delle nostre leggi e regole. Ed è su questo che dobbiamo puntare ricordando che il commercio è da sempre la strada principale per fare integrazione autentica».

Torniamo a parlare di sindaco: di quello uscente, Giuseppe Sala, che giudizio dà?

«Sala ha ancora davanti circa un anno ed è prematuro fare un bilancio, credo che la sua sia un'eredità importante. Ha dovuto confrontarsi con crisi senza precedenti come il Covid e i grandi cambiamenti già accennati ma la città è oggettivamente cresciuta. Certo, su alcuni temi le nostre idee non coincidono. Penso alla mobilità sulla quale credo ci siano margini di miglioramento. Ma va riconosciuto a questa amministrazione di aver rafforzato l'immagine internazionale

I temi caldi, dal voto al turismo



Il dopo Sala «Si sceglierà in base al programma e alle risorse ma ora circolano nomi di spessore e valore»



La sicurezza «Va ricordato che il commercio è da sempre la strada principale per fare integrazione»



Il turismo «La crescita dei flussi è un'opportunità da gestire, senza altri aumenti all'imposta di soggiorno»

di Milano nel mondo. E, ad esempio, di essere stata la prima ad affrontare il problema delle periferie, tra l'altro, con iniziative sperimentali che abbiamo condiviso come Confindustria. E che andrebbero rilanciate».

Un nome per il futuro?

«Non spetta a me farlo e, ripeto, fra quelli che sono già stati spesi ce ne sono di molto interessanti. Spero per Milano in una campagna elettorale appassionata e concreta, lo dico pensando anche alle tante che avevo fatto andandomi a cercare le preferenze, facendo anche 7-8 comizi al giorno, cambiando ogni volta palco e camicia. E mi auguro che i programmi non siano elenchi di sogni, ma vengano supportati da una indicazione precisa su come e dove reperire i fondi per realizzarli. Insomma, visione e concretezza».





Il ministro Adolfo Urso con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Elaborato dall'Ufficio Studi e presentato a Roma



Meno imprese sul territorio
più efficienza e produttività

Cosa emerge dal primo Rapporto sul commercio di Confcommercio

Commercio italiano più efficiente e produttivo, ma con meno presenza fisica sul territorio: è quanto emerge dal 1° Rapporto sul commercio in Italia elaborato dall'Ufficio Studi Confcommercio e presentato a Roma con la partecipazione di Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT). Tra il 2018 e il 2025 il numero complessivo delle unità locali del commercio al dettaglio in Italia è passato da 666.479 a 570.313 con un calo del 14,4%. Riduzione che impatta soprattutto sugli ambulanti (-27,3%) e i piccoli negozi alimentari (-17,9%). Allo stesso tempo, però, gli addetti al commercio diminuiscono con minore intensità: da 1.905 a 1.871 milioni (-1,8%) ed aumenta sensibilmente (dal 12,2% al 17,4%) la quota delle società di capitali nel commercio al dettaglio. Nel Rapporto un dato rilevante riguarda le performance economiche: il fatturato complessivo del commercio al dettaglio sale da 326,8 a 410,7 miliardi di euro (+25,7%) e il fatturato per addetto passa da 172mila a 220mila euro (+27,9%): risultato che conferma la capacità del settore di recuperare efficienza anche in una fase segnata da inflazione, trasformazione dei consumi e crescente integrazione tra canali fisici e digitali. L'analisi delle formule distributive evidenzia forti diffe-

renze con i discount alimentari che registrano la crescita numerica più marcata (+7,4%) e un fatturato più che raddoppiato (+101,1%). Cresce anche il numero di attività legate all'aggregato e-commerce,

porta a porta e distributori automatici (+13,6%), con un aumento del fatturato del 41,9% mentre, sempre in termini di fatturato, risultano in difficoltà gli ipermercati (-8,4%) e gli ambulanti (-14,9%).



Il direttore dell'Ufficio Studi Confcommercio Mariano Bella

Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: desertificazione commerciale, problema non solo economico. Serve un'Agenda Urbana che valorizzi il ruolo del terziario di mercato nelle città

Per il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli "Le aziende commerciali, tra il 2018 e il 2025, hanno reagito ai cambiamenti e li hanno affrontati con responsabilità e capacità imprenditoriale: hanno investito, si sono riorganizzate e hanno innovato. Certo, negli stessi anni, abbiamo perso quasi centomila punti vendita: è il grande problema della desertificazione commerciale. E questo non è soltanto un dato economico, pur importante. È un aspetto che incide sulla qualità della vita delle persone. Perché – come sosteniamo da sempre – dove c'è il terziario di mercato, c'è vivibilità diffusa, sicurezza, relazioni sociali". "Questi cambiamenti nel commercio – ha proseguito Sangalli – richiedono anche un mercato in cui tutti rispettino le stesse regole. Illegalità, abusivismo e contraffazione continuano a sottrarre enormi risorse all'economia legale. Nel 2025, questi fenomeni criminali hanno arrecato al commercio e ai pubblici esercizi un danno di oltre 41 miliardi di euro, mettendo a rischio più di 284 mila posti di lavoro regolari. Contrastarli significa difendere chi investe, chi lavora e chi rispetta le regole". Le trasformazioni nel commercio, ha affermato Sangalli "oggi richiedono politiche dedicate: meno burocrazia e provvedimenti fiscali



li equi che favoriscano gli investimenti in sostenibilità e innovazione. Occorrono interventi destinati alla crescita imprenditoriale della gdo, degli esercizi commerciali specializzati e delle imprese di prossimità. Insomma, è importante un'Agenda Urbana che valorizzi il ruolo del terziario di mercato nelle città. In una parola, serve una scelta politica di fondo che consideri il commercio non come un settore tra gli altri, ma come una vera e propria infrastruttura economica e sociale del Paese".

Il ministro Adolfo Urso: alla desertificazione commerciale non ci rassegniamo

Il ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso ha rilevato come si debbano "creare le condizioni perché le trasformazioni non si traducano in impoverimento, dobbiamo governare la transizione. Il commercio italiano innova, cresce e si trasforma, dobbiamo accompagnare questo sforzo". E sulla desertificazione commerciale "non ci rassegniamo, il commercio di prossimità è una peculiarità italiana, un commercio senza legame con il territorio non è accettabile per noi".



La tavola rotonda. Il vicepresidente Confcommercio Lusetti: la sfida è saper interpretare le richieste del consumatore

Con la presentazione del Rapporto si è svolta una tavola rotonda che ha visto confrontarsi Paolo Barilla (presidente Unione Italiana Food), Giorgia Favaro (amministratrice delegata McDonald's Italia), Mauro Lusetti (vicepresidente Confcommercio e presidente Conad) ed Enrico Somma (presidente Expert Italy). Al centro del dibattito, l'evoluzione delle abitudini di consumo degli italiani e le principali trasformazioni che stanno interessando il mercato. Per il vicepresidente di Confcommercio e presidente



Il vicepresidente di Confcommercio Mauro Lusetti

Conad Lusetti i dati del Rapporto "sono la fotografia di un settore che è profondamente cambiato...la novità vera è l'apparizione del convitato di pietra: il consumatore. I consumi, oggi, sono diversi da trent'anni fa, con un forte spostamento dai beni ai servizi. È cambiato il cliente: saperlo interpretare e saper soddisfare le sue nuove richieste è oggi la grande sfida".

Il 36° Rapporto "Milano Produttiva" della Camera di Commercio

A Milano ed Area Metropolitana, e nelle province di Monza Brianza e Lodi, l'andamento economico (nel 2025) ha segnato una crescita dello 0,7%: incremento contenuto, ma comunque al di sopra del dato nazionale (0,5%) e di segno positivo rispetto all'anno precedente nonostante il clima internazionale geopolitico di forte incertezza e i costi dell'energia. E sono soprattutto i servizi (+0,7%) a contribuire a questo dato (in minor misura l'industria, + 0,4%). Lo rileva il 36° Rapporto "Milano Produttiva", realizzato dal Servizio Studi

Statistica e Programmazione della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi e presentato a Milano a Palazzo Giureconsulti con

Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio, gli interventi di esperti esponenti del mondo accademico e le conclusioni a cura del professor Roberto Cingolani (in conversazione con il segretario generale della Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi Elena Vasco). L'incontro per "Milano Produttiva" è stato moderato da Maurizio Melis, giornalista di Radio 24.

Le elaborazioni del Servizio Studi, Statistica e Programmazione della Camera di Commercio su dati Prometeia, aggiornati al primo trimestre 2026, indicano che la crescita del Pil a Milano, Monza Brianza, Lodi risulta stabile al +0,7% anche per l'anno in corso.

Saldo delle imprese

Positivo anche il saldo (tra iscrizioni ex novo e cancellazioni) per la nascita di nuove imprese: nel 2025 un aumento di 10.007 unità (superiore al 2024, quando il numero ammontava a 8.428), con un tasso di crescita del +2,1%, superiore al dato nazionale (+0,96%) e a quello lombardo (+1,41%). A trainare è il

capoluogo lombardo con un saldo positivo di 9.179 imprese. In numeri assoluti, nella Città Metropolitana di Milano risultano 26.262 nuove imprese iscritte nel 2025 (erano state 25.099 nel 2024); 4.514 in provincia di Monza Brianza e 922 imprese in provincia di Lodi.

I dati del primo semestre 2026 a Milano, Monza Brianza,



Milano, Monza Brianza, Lodi Crescita trainata dai servizi Energia ancora troppo costosa

Lodi indicano 17.555 nuove iscrizioni e 13.792 cessazioni, con un saldo positivo

di 3.763 (+0,8%). Anche quest'anno il numero maggiore di iscrizioni si registra a Milano con 14.198 imprese e un saldo attivo di 3.336 nuove imprese a fronte di 10.862 cessazioni.

Attrattività internazionale

Negli ultimi anni si è registrato un contributo sempre più significativo delle società straniere a questo trend di crescita nell'intera macroarea (Milano, Monza Brianza, Lodi): secondo l'ultimo aggiornamento della banca dati Reprint, all'inizio del 2025 erano attive 6.636 imprese partecipate da multinazionali estere con oltre 719mila dipendenti e un fatturato aggregato di 408,2 miliardi di euro. A Milano ed Area Metropolitana se ne contano 6.043: rappresentano un terzo del totale nazionale (il 32,7%) e oltre la metà della quota lombarda (circa il 70%), dato che cresce in relazione al numero di dipendenti e al fatturato complessivo, rispettivamente al 34,6% e al 37,6%.

Interscambio con l'estero

I dati dell'interscambio con l'estero mostrano un incremento delle importazioni all'interno della macroarea del 3,3%, con le imprese della provincia di Monza e Brianza a trainare (+15,4%) l'acquisto di beni e servizi dall'estero.

In calo, invece, l'export (-1,2%), con Milano ed Area Metropolitana che ha registrato un -2,8% (circa 1,6 miliardi di beni esportati in meno) e il Lodigiano con una diminuzione del 4,4% (circa 320 milioni in meno). Milano, comunque, si conferma la prima area italiana per valore degli scambi: sia per l'export (56 miliardi di euro) sia per l'import (87,9 miliardi).





Presentazione a Palazzo Giureconsulti del Rapporto "Milano Produttiva": foto di Federico Giusti

L'occupazione

Anche nell'occupazione l'area che comprende i territori di Milano, Monza Brianza e Lodi, conferma la sua attrattività: con gli occupati che superano stabilmente i 2 milioni (in crescita dell'1% rispetto al 2024), pari al 45% del totale in Lombardia e all'8,5%

dei lavoratori in Italia, seppur in maniera eterogenea. A Milano ed Area Metropolitana si è registrato, infatti, un aumento del 2,2% degli occupati totali (+1,6% nel Lodigiano), con una flessione, invece, per Monza Brianza (-3,8%). I tassi di occupazione rimangono superiori alla media nazionale con Milano in ulteriore crescita (arriva quasi al 73%), Lodi in miglioramento (66,7%) e Monza in diminuzione (scende a 68,1%). La disoccupazione diminuisce in tutti e tre i territori raggiungendo livelli molto bassi: 3% a Milano, 3,1% in Brianza e 2% a Lodi. Importante, poi, il trend positivo che riguarda i cosiddetti NEET (i giovani "Not in Education, Employment or Training", nella fascia di età 15-29 anni) che diminuiscono a Milano con il NEET Rate sceso al 7,7% (era il 10,6% nel 2024).

La questione energetica

La seconda parte del Rapporto "Milano Produttiva", intitolata "La questione energetica e la sfida per la competitività", ha posto al centro dell'analisi il tema dell'energia e delle fonti di approvvigionamento. In particolare sono stati approfonditi il tema delle dinamiche energetiche e dell'impatto della crisi in Medio Oriente; la transizione energetica in Italia, con un focus sul ritmo di sviluppo delle rinnovabili; lo stato dell'arte e le prospettive future della tecnologia nucleare di nuova generazione; i flussi di investimenti diretti esteri nella

Sangalli: solidi e competitivi, ma bisogna "sciogliere" il nodo energia

Nonostante tensioni e forte incertezza a livello internazionale – ha commentato Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi – l'economia sul territorio "si dimostra solida e competitiva. La crescita è trainata soprattutto dal settore dei servizi. Aumenta il numero delle imprese e diminuisce il tasso di disoccupazione. Resta, tuttavia, il nodo dell'energia, ancora troppo costosa. Ecco perché è urgente puntare sullo sviluppo delle rinnovabili e sul nucleare".



Qui il 36° Rapporto "Milano Produttiva" della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi:

<https://ester.milomb.camcom.it/rapporto-mp/milano-produttiva-2026>

macroarea Milano, Monza Brianza, Lodi; alcune best practice in materia di sostenibilità.

Allo stato attuale il sistema energetico italiano sta affrontando una transizione verso un modello a minori emissioni, pur restando ancora fortemente dipendente da gas e petrolio che, nel 2024, hanno coperto circa il 76% del fabbisogno energetico nazionale. L'Europa è meno dipendente di altre aree dalle forniture che transitano dallo stretto di Hormuz, ma resta esposta ai rincari energetici che penalizzano imprese e famiglie. E l'Italia risulta particolarmente vulnerabile per l'elevata dipendenza dall'estero, il peso del gas nel mix energetico e i costi dell'elettricità più alti rispetto ad altri Paesi europei.

"Il gap di competitività che le nostre imprese scontano sui costi dell'energia si supera solo dotando l'Italia di un vero piano per l'indipendenza energetica" ha commentato Elena Vasco, segretario generale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi. "Il principio ispiratore – ha proseguito – deve essere la neutralità tecnologica, per trovare un equilibrio sostenibile tra rinnovabili e nucleare di qui ai prossimi 5-10 anni".



Tappa europea per la promozione del "Consumer Electronics Show" di Las Vegas

L'appuntamento Gli eventi si terranno dal 16 al 21 ottobre

Tecnologia diffusa per le vie della città La scommessa del Ces

Milano ospiterà a ottobre "CES Unveiled Milan", tappa ufficiale europea di "Road to CES" in promozione del CES (Consumer Electronics Show), la principale fiera mondiale dedicata all'innovazione tecnologica, organizzata ogni anno a Las Vegas dalla Consumer Technology Association (CTA).

A Palazzo

Marino è stato presentato il Protocollo d'Intesa per la valorizzazione di Milano in occasione del CES Unveiled Milan.

L'accordo è stato sottoscritto da Comune di Milano, Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, Comune di Rho, Fondazione Fiera Milano, Confcommercio Milano Lodi



Protocollo d'intesa per "CES Unveiled Milan" il 21 ottobre Milano al centro dell'innovazione tecnologica

Alcune foto di Federico Giusti

Monza Brianza, Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese digitali), Assolombarda e Anitec-Assinform. L'intesa punta a rafforzare il ruolo di Milano e della Lombardia come riferimento europeo

per l'innovazione tecnologica, promuovendo la partecipazione di imprese e cittadini all'evento.

"CES Unveiled Milan", in programma il 21 ottobre presso Allianz MiCo - Milano Convention Centre, fa parte del circuito di tappe europee (nel momento in cui si scrive Parigi ed Amsterdam) pensate per promuovere e far conoscere le

Umanoidi, robot e AI in piazza Un fuorisalone dell'innovazione

Il programma Il 21 ottobre Milano la prima tappa europea di «Ces Unveiled». Per sei giorni la città si animerà di eventi diffusi e incontri, da San Babila a Cadorna, XXV Aprile e in molti spazi privati



startup europee, non solo al pubblico professionale, attraverso momenti di scouting e networking e programmi di mentoring. A Milano parteciperanno startup selezionate di diversi settori: dalla salute digitale al luxury tech, dall'agritech, all'aerospazio.

Il Protocollo d'Intesa, oltre a supportare l'alleanza interistituzionale e intersettoriale, lancia una "Call to Action" a tutte le realtà scientifiche e tecnologiche per l'ideazione e la realizzazione di un palinsesto diffuso di iniziative e attività che potranno svolgersi a Milano su aree pubbliche, vie cittadine, ma anche presso location private e istituzionali, tra il 16 e il 21 ottobre e che dovranno essere



coerenti con l'iniziativa fieristica che avrà luogo all'interno dei padiglioni. Un approccio condiviso dai soggetti firmatari e maturato nel confronto avviato da Fondazione Fiera Milano con le istituzioni e gli attori del territorio.

"L'arrivo di CES Unveiled a Milano rappresenta una straordinaria opportunità per consolidare il ruolo della nostra città e della Lombardia come punto di riferimento europeo per l'innovazione tecnologica

– ha affermato Giovanni Bozzetti, presidente di Fondazione Fiera Milano – Fin dall'inizio, abbiamo voluto come Fondazione Fiera Milano che questo appuntamento non si limitasse agli spazi della manifestazione, ma coinvolgesse l'intera città e il territorio

attraverso un palinsesto diffuso di iniziative aperte, partecipate e accessibili. In questo modo l'innovazione esce dagli spazi espositivi e diventa patrimonio condiviso, capace di coinvolgere cittadini, giovani, imprese, università e professionisti. Ringrazio tutti i rappresentanti delle istituzioni e delle associazioni della città che hanno fin da subito creduto in



questa idea, aderendo al protocollo e contribuendo a valorizzare al meglio il territorio in occasione del CES. La scelta di Milano come tappa europea del CES conferma la forza del nostro ecosistema".

"Per la Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi il 'CES Unveiled Milan' ha un valore particolare, perché raccorda e valorizza sviluppo digitale e sistema delle imprese – ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi – È un'iniziativa che rafforza il posizionamento internazionale della nostra città anche sul fronte dell'innovazione e dell'intelligenza artificiale rendendola più competitiva". "La nostra è la terra dove le idee nascono, diventano impresa, innovazione e crescita. Per questo il CES (Consumer Electronics Show) ha

scelto la Lombardia e Milano. Perché qui trova il più forte ecosistema italiano della tecnologia e uno dei più competitivi d'Europa – ha dichiarato il presidente di Regione Lombardia, Attilio Fontana – La Lombardia si conferma sempre più la casa delle idee, il luogo in cui la ricerca incontra l'impresa e il talento trova opportunità concrete. La scelta di Milano come tappa ufficiale della Road to CES non è casuale, ma rappresenta



senta un nuovo riconoscimento internazionale per un territorio

▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶

▶ ▶ ▶ segue da pag. 7 ▶ ▶ ▶

rio che negli anni ha saputo costruire competenze e capacità di fare rete”.

“Il ‘CES Unveiled Milan’ è un’occasione preziosa per valorizzare il ruolo che Milano e il suo sistema economico hanno conquistato nei processi di innovazione. Il terziario è il settore che più ha saputo trasformarsi, facendo del digitale un’opportunità di sviluppo, dell’omnicanalità una strategia di crescita e dell’intelligenza artificiale un vantaggio competitivo – ha spiegato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza - Concommercio Milano aprirà le porte di Palazzo Castiglioni favorendo il dialogo tra aziende, startup e istituzioni e coinvolgerà, per l’evento, le imprese della città rendendo Milano



Innovazione, la Lombardia fa sistema in vista di Ces Unveiled

Grandi eventi

Firmato protocollo d'intesa per valorizzare le eccellenze tecnologiche del territorio

Giovanna Mancini

città di Milano, che è stato sottoscritto ieri da Comune di Milano, Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi, Comune di Rho, Fondazione Fiera Milano, Assolombarda, Concommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Anitec-Assinform e Assintel. L'obiettivo è chiamare a raccolta le realtà scientifiche e tecnologiche del territorio a realizzare un palinsesto

Innovazione, Milano fa squadra per la tappa europea del Ces di Las Vegas

Sottoscritto il Protocollo d'Intesa per valorizzare città e territorio nella geografia globale dei grandi hub tecnologici con iniziative per imprese, start up e pubblico in occasione dell'evento europeo che si terrà il 21 ottobre all'Allianz MiCo

Albino Tadini 21 luglio 2026 - 15:45



Che cos'è il CES di Las Vegas

Il CES (“Consumer Electronics Show”) è il più importante evento mondiale dedicato all’innovazione tecnologica e all’elettronica di consumo. Si svolge ogni anno a Las Vegas, generalmente nei primi giorni di gennaio, ed è organizzato dalla Consumer Technology Association (CTA). Da oltre 50 anni al CES vengono presentate in anteprima le principali innovazioni mondiali; le grandi aziende annunciano nuovi prodotti e strategie; startup, investitori e imprese costruiscono partnership internazionali, media e analisti individuano le principali tendenze tecnologiche dell’anno. Partecipano al CES grandi aziende tecnologiche internazionali, startup innovative, investitori e fondi di venture capital, manager e imprenditori, media ed istituzioni pubbliche.

Le tecnologie presentate riguardano numerosi ambiti, tra cui intelligenza artificiale, robotica, automotive e mobilità, smart home, elettronica di consumo, sostenibilità ed energia, retail e tecnologie per il lusso. (FG)

L'appuntamento arriva - 904 F. Clara (Riviera) 35411

Da Las Vegas a Milano A ottobre il “fuorisalone” di innovazione e hitech

MILANO

A ottobre Milano ospiterà il Ces Unveiled Milan, tappa ufficiale europea della Road to Ces, l'evento di promozione del principale evento fieristico mondiale per l'innovazione tecnologica che si svolge a Las Vegas. Per animare la città con eventi diffusi durante questo appuntamento, che si terrà il 21 ottobre all'Allianz MiCo, è stato firmato a Palazzo Marino, sede del Comune,

to di imprese, università, startup, centri di ricerca e istituzioni che collaborano per trasformare la tecnologia in crescita e sviluppo. Qui, infatti, hanno sede 22mila imprese manifatturiere, 173mila aziende dei servizi innovativi, il 22% delle startup innovative italiane e 8 atenei dove studiano 236mila studenti universitari. È un ecosistema che Assolombarda contribuisce a rafforzare anche attraverso forgiA, il progetto con cui accompagniamo le imprese nella valorizzazione dei dati industriali e



sempre più attrattiva a livello internazionale”.

“Accogliamo con favore questo percorso di collaborazione, che contribuirà a rafforzare il ruolo di Milano come punto di riferimento internazionale per l’innovazione tecnologica. Siamo convinti che il lavoro congiunto con i partner coinvolti possa favorire una partecipazione sempre più ampia delle micro e piccole imprese ai processi di innovazione. Come rappresentanti in Confcommercio delle imprese ICT e digitali italiane – ha sottolineato Paola Generali presidente di Assintel - confermiamo la nostra piena disponibilità a contribuire”.

Definire criteri condivisi per misurare la rappresentanza datoriale, rafforzare la trasparenza della contrattazione collettiva e individuare il contratto da assumere come riferimento per la determinazione del "salario giusto". Sono questi gli obiettivi dell'intesa che è stata sottoscritta da quattordici associazioni datoriali: Agci, Ania, Casartigiani, Claa, Cna, Confapi, Confartigianato, Confcommercio, Confcooperative, Confesercenti, Confetra, Confindustria, Confservizi (la Confederazione formata da Utilitalia e Asstra) e Legacoop.

Il documento sottoscritto disciplina la misurazione della rappresentanza sia ai fini istituzionali sia nell'ambito della contrattazione collettiva. In particolare, stabilisce i criteri per individuare il contratto collettivo da prendere a riferimento nella definizione di trattamenti economici adeguati, tenendo conto della tipologia dell'impresa e del settore di attività. L'intesa resta aperta alla sottoscrizione di tutte le altre associazioni di rappresentanza datoriale che si impegnino a rispettare i principi condivisi. Il raggiungimento di questo risultato è stato favorito dal lavoro svolto dal Cnel (il Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro) per la riforma dell'Archivio nazionale dei contratti collettivi di lavoro (vedi *Unione Informa* di maggio a pagina 7 n.d.r.) e dalla scelta compiuta dal Governo e dal Parlamento con il decreto "Primo Maggio": il provvedimento ha attribuito alla contrattazione collettiva "di qualità" un ruolo centrale nella disciplina di importanti aspetti del rapporto di lavoro e, soprattutto, nella definizione dei trattamenti economici e normativi adeguati da riconoscere ai lavoratori.

L'intesa delle associazioni datoriali completa il percorso avviato negli anni scorsi con gli accordi sulla misurazione della rappresentanza sindacale.

"È una vittoria del dialogo e della responsabilità condivisa delle associazioni che hanno sottoscritto l'intesa-

L'accordo sulla rappresentanza datoriale Confcommercio: valorizzata la contrattazione collettiva di qualità



Il vicepresidente di Confcommercio con delega alla Contrattazione Mauro Lusetti con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e la segretaria generale della Cisl Daniela Fumarola in occasione del Forum internazionale di Confcommercio 2022 a Villa Miani (Roma)

sa, un accordo che rappresenta un passaggio di grande rilievo per il sistema delle

relazioni sindacali del nostro Paese – ha commentato Mauro Lusetti, vicepresidente di Confcommercio con delega alla Contrattazione - Definire criteri condivisi per la misurazione della rappresentanza datoriale significa rafforzare la certezza delle regole, valorizzare la contrattazione collettiva di qualità e contrastare fenomeni che indeboliscono imprese e lavoratori". L'intesa, ha proseguito "è un ulteriore passo di un percorso impegnativo, ma indispensabile, che potrà contribuire a rendere il mercato del lavoro più trasparente, competitivo ed equo. Continueremo a lavorare con tutte le parti coinvolte affinché i principi contenuti nell'intesa trovino piena attuazione, consolidando il ruolo della rappresentanza e della contrattazione collettiva come strumenti di crescita, sviluppo e coesione sociale".



RIFORMA DEL FONDO DI GARANZIA PER LE PMI: CONFCOMMERCIO FAVOREVOLE ALLO SCHEMA DI DECRETO - Confcommercio ha accolto con favore lo schema di decreto sulla riforma del

Fondo di Garanzia per le Pmi, presentato dal MIMIT (Ministro delle Imprese e del Made in Italy) che, spiega una nota "rappresenta un'inversione di rotta attesa e necessaria per rendere il Fondo di Garanzia più efficace nel sostenere l'accesso al credito delle piccole e medie imprese. La riforma proposta, infatti, reintroduce garanzie pubbliche diffe-

renziate in base al rischio delle operazioni finanziarie, superando il sistema di coperture uniformi introdotto durante l'emergenza Covid e confermando procedure semplificate per i finanziamenti di importo ridotto, in particolare quelli garantiti dai Confidi".

Il prolungamento oltre l'emergenza di garanzie pubbliche indifferenziate ha favorito "le operazioni più semplici da valutare e meno rischiose, destinate prevalentemente alle imprese più solide, mentre molte micro e piccole imprese hanno continuato a subire una crescente contrazione del credito. La reintroduzione di coperture graduate consentirà, invece, di orientare meglio il sostegno pubblico verso le imprese meritevoli ma penalizzate nell'accesso ai finanziamenti a causa dei sistemi automatici di valutazione del merito creditizio". (Nell'immagine da *Posteitaliane*: il francobollo dedicato al Fondo di Garanzia per le Pmi)



Lavori fermi per la Metrotramvia Milano Seregno: foto di Federico Giusti

Misura della Città Metropolitana fortemente richiesta da Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza



Metrotramvia Milano Seregno: per dare un sostegno concreto alle imprese penalizzate dai forti ritardi accumulati per quest'opera, Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza ha chiesto alla Città Metropolitana di Milano di intervenire con un bando di contributi destinati alle imprese direttamente coinvolte dai cantieri. Un bando focalizzato, vista l'eccezionalità della situazione, sulle spese correnti.

Da settembre le imprese possono presentare domanda per accedere a contributi pari al 50% delle spese ammissibili, fino a un massimo di 4.000 euro a fronte di una spesa minima di 2.000

Dotazione complessiva di 500mila euro. Le aree specifiche interessate

Per informazioni e assistenza le imprese interessate possono rivolgersi all'Associazione territoriale Confcommercio Alta Brianza - tel. 0362 624541/2
m.altabrianza@unione.milano.it

Milano Monza Brianza Lodi, incaricata della gestione operativa del bando. (GS)

euro. La dotazione finanziaria complessiva del bando è di 500.000 euro.

Fra le spese ammissibili: canoni di locazione, rate di mutuo, utenze, servizi di pubblicità e marketing, spese per il personale che, in ogni caso, dovranno essere riferite all'unità economica collocata nelle aree espressamente previste dal bando.

Le aree individuate sono: Bresso: via Vittorio Veneto; Cusano Milanino: (da definire nel momento in cui si scrive); Nova Milanese: via Diaz; Desio: via Milano e via Mazzini; Seregno: (da definire nel momento in cui si scrive).

I contributi saranno assegnati, fino ad esaurimento delle risorse, sulla base dell'ordine cronologico delle domande che vanno presentate attraverso la piattaforma messa a disposizione dalla Camera di Commercio

Un bando per le spese delle imprese direttamente penalizzate dai cantieri della Metrotramvia Milano Seregno

Nuove risorse per il bando AgevolaCredito della Camera di Commercio Opportunità per le imprese di ottenere tassi agevolati sui finanziamenti

La Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi ha rifinanziato con ulteriori 500.000 euro il bando AgevolaCredito che permette alle imprese di ottenere un abbattimento tassi del 2,5% sui finanziamenti concessi per investimenti di importo compreso fra i 10.000 e i 150.000 euro con un contributo massimo di 10.000 euro.

Un'opportunità per le imprese associate di ottenere tassi agevolati sui finanziamenti

Fra gli investimenti ammissibili: l'acquisto/ristrutturazione di immobili (esclusi i terreni) e/o fabbricati già destinati o da destinarsi all'attività dell'impresa; acquisto, rinnovo, adeguamento di impianti, macchinari, attrezzature industriali e commerciali, hardware e software aziendali; installazione impianti di allarme antintrusione, sorveglianza, ecc.; acquisto di nuove strutture, impianti e attrezzature per la realizzazione di interventi di riduzione dell'impatto ambientale.

Rivolgersi a Fidicomet, il servizio credito garanzia fidi Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza

Le imprese interessate possono beneficiare del bando accedendo a finanziamenti bancari assistiti dalla garanzia di un confidi o a finanziamenti erogati dal confidi stesso. Per informazioni e contatti rivolgersi alla propria Associazione e a Fidicomet, il servizio credito garanzia fidi Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza: sportello@fidicomet.it - Tel. 02/7630021.



Dispositivi digitali nella fascia 0-3 anni Assonidi: nei servizi educativi gli schermi non fanno parte della progettazione pedagogica

Assonidi Confcommercio ha accolto con favore la proposta di legge presentata in Senato che mira a limitare l'utilizzo dei dispositivi digitali da parte dei bambini sotto i tre anni e a promuovere linee guida nazionali sul tema.

Assonidi ritiene importante ricordare che nei servizi educativi per la prima infanzia (0-3 anni) i percorsi pedagogici non prevedono con i bambini l'utilizzo di smartphone, tablet o altri dispositivi digitali. La progettazione educativa si fonda sulla relazione, sul gioco, sull'esplorazione dell'ambiente, sulla creatività, sulla lettura, sulla manipolazione e sulle esperienze dirette, elementi riconosciuti come fondamentali per uno sviluppo armonico nei primi anni di vita.

"I servizi educativi italiani hanno già fatto questa scelta da molti anni: nei nidi e nei servizi per l'infanzia – spiega Federica Ortalli, presidente di Assonidi – il bambino cresce attraverso la relazione con le educatrici, il



Federica Ortalli, presidente
Assonidi



ASSONIDI
ASSOCIAZIONE
ASIL NIDO
E SCUOLE
DELL'INFANZIA
PRIVATI

confronto con i coetanei e l'esperienza concreta, non davanti a uno schermo".

Secondo Assonidi Confcommercio la vera sfida oggi è rafforzare il rapporto con le famiglie, affinché gli stessi principi educativi trovino continuità anche nell'ambiente domestico.

"Ora occorre sostenere le famiglie. Per questo – prosegue Federica Ortalli – riteniamo che, accanto alle linee guida, siano indispensabili campagne di informazione e sensibilizzazione rivolte ai genitori. I primi mille giorni di vita rappresentano una fase decisiva per lo sviluppo cognitivo, emotivo e relazionale del bambino e richiedono una forte alleanza educativa tra famiglia e servizi per l'infanzia".

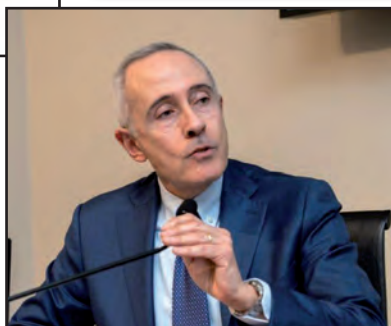


Al vaglio dell'Antitrust

Univendita: decalogo anti-truffe nella vendita diretta

Dieci regole chiave della vendita diretta "etica e sostenibile": un decalogo a beneficio dei consumatori per riconoscere ed evitare truffe, ragiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio.

Il decalogo è stato messo a punto da Univendita, l'Associazione della vendita diretta aderente a Confcommercio, e sottoposto al vaglio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust). Prima cosa: verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. Poi: prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio.



Ciro Sinatra, presidente Univendita

Univendita evidenzia, inoltre, che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma

l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve

mantenere carattere diretto e personale.

L'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perché è sbagliato accettare accordi "a voce" o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta).

Il venditore affidabile, in più, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se

l'impresa aderisce a un'associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene.

"Univendita – spiega il presidente **Ciro Sinatra** – si è dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci".

Come saranno le prossime banconote in euro?

Lo si decide anche con un sondaggio

La Banca centrale europea sta ridisegnando le banconote in euro e i cittadini di tutta l'UE possono partecipare a un sondaggio per aiutare a scegliere il disegno definitivo. Si può votare fino al 21 settembre: <https://surveys.ecb.europa.eu/10b/neweuro/>.



Sono disponibili 10 bozzetti (qui riportiamo alcuni esempi) basati su due temi.

- 1) Cultura europea (foto esempio a destra): con un'attenzione particolare al patrimonio culturale e alla creazione di legami tra le persone. Con personaggi europei famosi come Maria Callas, Ludwig van Beethoven, Marie Curie, Miguel de Cervantes, Leonardo da Vinci. Sul verso: spazi e attività culturali condivisi.
- 2) Fiumi e uccelli (foto esempio a sinistra): simbolo di libertà e unità, nonché di legame con la natura. Sul fronte: tratti di fiumi e uccelli quali il rampichino, il martin pescatore, il gruccione, la cicogna bianca, l'avocetta e la sula bassana. Sul retro: edifici delle istituzioni europee, simbolo dei valori alla base del progetto europeo, tra cui la tutela dell'ambiente.



I disegni finali sono stati selezionati al termine di un grande concorso a livello europeo: oltre 1.200 le candidature inviate; 25 i designer invitati a presentare proposte; solo 10 sono stati selezionati per la rosa dei finalisti. Il disegno definitivo sarà svelato dalla Banca centrale europea verso la fine dell'anno. (PMG)

Tasse e balzelli pubblici soffocano le micro imprese

Il punto

Non deve sorprendere che oltre i 2/3 degli aderenti alla flat tax denunciino un reddito medio, al lordo della tassazione del 15% a cui si aggiunge il 26% dell'Inps, inferiore ai 40 mila euro, mentre il restante terzo si posiziona sotto i 60 mila. Solo il 4% del totale raggiunge il top degli 85 mila euro. I tifosi dell'evasione diranno subito che è doppia del presunto, ovvero da 100 a 200 miliardi, cifre totalmente smentite dai risultati delle imprese e dal calo di produzione, oltre che di blocco della domanda, calo che prosegue quasi ininterrottamente da 40 mesi.

Vero, invece, che il sistema sociale, nella sua più estesa dimensione, pur disponendo di redditi, sia nel lavoro dipendente sia in quello autonomo di piccole e micro dimensioni, fa fatica a far fronte a tasse, balzelli pubblici, marginalità ridotte dovute a catene delle filiere dove a pagare è proprio la micro impresa. Una micro impresa che, è bene ricordarlo, è sovente a conduzione familiare, con un massimo di due o tre collaboratori (che sono anche i familiari) e che costituisce oltre l'80% dei cinque milioni di partite Iva e, complessivamente, occupa, insieme alle pmi, oltre 14 milioni di persone.

E' sempre più tempo di legiferare, da parte della politica, in due direzioni: una mirata alla politica fiscale che dovrebbe imporre un'ulteriore riduzione della pressione fiscale e burocratica per le micro imprese; l'altra che stimoli agevolazioni finanziarie e riguardi l'erogazione del credito finalizzato a fusioni e incorporazioni tra microimprese per farle diventare pmi.

Bene anche ricordare il ruolo che hanno le micro imprese nel tessuto socio-economico delle città: da quelle grandi alle minuscole, un ruolo insostituibile per i territori. Purtroppo, ogni anno chiudono i battenti migliaia di micro aziende e pmi: non solo per le nuove abitudini dei consumatori, ma, soprattutto, per costi di gestione dei quali parte rilevante è ascrivibile proprio a tasse e balzelli pubblici.

Aumentare la componente dimensionale porta anche ad aumentare l'occupazionale ufficiale abbattendo evasione ed elusione fiscale. La flat tax aiuta a ridimensionare l'evasione, ma dev'essere associata a condizioni favorevoli "extra large" che stimolino le micro partite Iva a dimensionarsi maggiormente, accorpandosi tra loro, per favorire economie di scala e maggior capacità di trattativa con fornitori e, parimenti, per accrescere l'attrattività nei confronti della clientela.



Bruno Villois

Bruno Villois

direttore Dipartimento alta formazione Confindustria

Le imprese associate riconosciute nuove attività storiche e di tradizione da Regione Lombardia

In questa pagina pubblichiamo le imprese storiche associate di Milano, Monza Brianza, Lodi che hanno ottenuto il riconoscimento.

Milano e Città metropolitana

- Gorla Utensili, via Dante Snc, 1985, Abbiategrasso
- Nuova Ronzio, piazza IV Novembre, 1981, Abbiategrasso
- Gelateria Caffè Pasticceria, via Roma 61, 1981, Bellinzago Lombardo
- Colorificio Cassani, via Papa Giovanni XXIII 14, 1963, Binasco
- Ottica Cervi, via Matteotti 131, 1976, Binasco
- Ottica Colombo, via Degli Alpini 4, 1959, Bollate
- Casa Del Caffè, piazza Garibaldi 46, 1967, Cassano D'Adda
- Merceria Giovanna Cartoleria, via Matteotti 3, 1962, Cassina De' Pecchi
- Baggi, via Mirandola 1, 1957, Cerro Al Lambro
- Bar, via Risorgimento 210, 1968, Cinisello Balsamo
- Borella Fiori, via Mascagni 25, 1961, Cinisello Balsamo
- Il Baretto, via Quattro Strade 15, 1969, Cologno Monzese
- Carrozzeria Italia, via Leonardo Da Vinci 48, 1981, Corsico
- Bar Dante, via Dante 11, 1982, Garbagnate Milanese
- Ferramenta Sempione, corso Sempione 188, 1984, Legnano
- Galleria Del Libro, via Mauro Venegoni, 1986, Legnano
- Bar Alimentari dei Portici, via Renzo e Lucia 3, 1972, Milano
- Biffi, corso Genova 6, 1960, Milano
- Birreria Pizzeria Al Ceppo Folle, via Privata S.Ampellio 16, 1980, Milano
- Colombo, corso Vercelli 29, 1985, Milano
- Enoteca Enoclub di Malfassi, via Friuli 15, 1985, Milano
- Erbe Aromatiche Erbe Salutari, via Vallazze 116, 1983, Milano
- Figini, via Spadari 3, 1964, Milano
- Kammi, via Luigi Capranica 18, 1980, Milano
- Macelleria Arosio, viale Famagosta 2, 1962, Milano
- Salumeria Gastronomia Tosetti, via Cagliero 9, 1986, Milano
- Panificio Locatelli, via Gigi Borgomaneri 10, 1978, Motta Visconti
- Ottica Corci, via Repubblica 13, 1986, Novate Milanese
- Trattoria La Madonnina, Frazione Domenegasco 7, 1982, Noviglio
- Brignoli Dal 1953, strada statale Del Sempione 103, 1953, Pero
- Istituto Ottico Contalens, via Milano 71, 1985, Pioltello
- Samarati, viale Rimembranze 35, 1983, Rosate
- Panificio Pasticceria Ceconello, via Buozzi 68, 1973, Rozzano
- Trattoria Burlagìo, via Pavese 12, 1963, Rozzano
- La Ruota, via Roma 57, 1986, San Giuliano Milanese
- Drogheria Egidi, via Dante 47, 1932, Sesto San Giovanni
- Ottica Grassi, viale Marelli 19, 1985, Sesto San Giovanni
- Pizzeria Samarcanda, via Dell'Alpino 1, 1985, Senago
- Piero Mazza, piazza Libertà 41, 1963, Trezzo sull'Adda
- Tinelli Casa, via Gramsci 2, 1981, Trezzo sull'Adda
- Panificio Lorenzini, via Matteotti 1, 1983, Turbigo
- Parrucchiere Graziano & Gaetano, piazza Puccini 24, 1985, Vizzolo Predabissi



Regione Lombardia ha assegnato il riconoscimento di 'Attività Storica e di Tradizione' ad ulteriori 466 imprese tra negozi, botteghe artigiane e pubblici esercizi, portando a 4.943 il numero complessivo delle realtà inserite nell'Albo regionale: le attività riko-

nosciute entrano a far parte dell'Albo regionale delle Attività Storiche e di Tradizione, consultabile attraverso il portale dedicato della Regione <https://www.attivitastoriche.regione.lombardia.it>



◀ **Guido Guidesi, assessore allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia**

Monza Brianza

- Caffè Paren, via Matteotti 43, 1961, Agrate Brianza
- Actual Spotti, via Nazionale Dei Giovi 24, 1986, Bovisio Masciago
- Colorificio Splendor, corso Italia 71, 1964, Bovisio Masciago
- Gariboldi Livio, via Tre Re 26, 1956, Brugherio
- Colorificio Nuovo, via Galilei 7, 1958, Carnate
- Bar Flora e Maurizio, via Trento 61, 1979, Cesano Maderno
- Crippa Arredamenti, via S.Stefano 16, 1973, Cesano Maderno
- Mobilificio Fom Oltolini, via Nazionale Dei Giovi 47, 1925, Cesano Maderno
- Balzaretto, via Minoretti 3, 1977, Cogliate
- Pasticceria Falcone, via Minoretti 1, 1980, Cogliate
- Ferramenta Colombo, via Matteotti 65, 1955, Desio
- Moka Kenya, via Ferravilla 22, 1985, Desio
- Caffè Grand'Italia, via Dei Mille 74, 1957, Limbiate
- Colorificio Bertani, piazza Francesco Solari 2, 1973, Limbiate
- Giambiasi, viale Piave 4, 1981, Limbiate
- Carnaby, via Valassina 350, 1968, Lissone
- A.D.O. Alberto Dell'Orto, via Col Di Lana 17, 1986, Monza
- Andros, via Italia 17, 1986, Monza
- Libreria Istituti Nuovi, via Felice Cavallotti 35, 1968, Monza
- Macelleria Sidoni, via Boito 49, 1962, Monza
- Pasticceria Caffetteria Bona, via Martiri Della Libertà 6, 1971, Monza
- Valli Moto, via Tripoli 3, 1974, Renate
- Centro Lavastiro Domina, via Solferino 27, 1976, Seveso
- Corti Utensileria, via Dante 12, 1983, Seveso
- Panificio Baio, via San Fermo 25, 1928, Seveso
- Tabaccheria Bocca, via S. Alessandro 10, 1951, Mariano Comense (associato Confcommercio Seveso)
- Ripamonti Macelleria Salumeria Gastronomia, piazza San Marco 3, 1979, Triuggio
- Gorla Ferramenta, via Petrarca 6/A, 1952, Varedo
- Libreria Il Gabbiano, piazza Papa Giovanni Paolo II 1, 1980, Vimercate

Lodi e provincia

- Estetica Gae, via XX Settembre 60, 1984, Castiglione d'Adda
- Armando e Maria Rosa, via Tito Fanfulla 35, 1981, Lodi
- La Casa Del Gelato, via Sant'Angelo, 1986, Lodi
- Ottica Ostinelli, piazza Vittoria 3, 1947, Lodi
- Trattoria Bocchi, via Leopardi 1, 1965, Lodi
- Bar Trattoria Del Dosso, via Curiel 2, 1983, Lodi Vecchio
- Bar Sport, via Della Chiesa 1, 1985, Massalengo
- Arte Flor, via Umberto I 11/13, 1966, Sant'Angelo Lodigiano

Confcommercio e Intesa Sanpaolo Rinnovata la convenzione sulle commissioni Pos e i micropagamenti

E' stata rinnovata la convenzione fra Confcommercio e Intesa Sanpaolo

sulle commissioni Pos e i micropagamenti.

La convenzione è riservata sia ai nuovi clienti sia ai soci già clienti di Intesa Sanpaolo. In questo secondo caso, per beneficiare delle nuove condizioni, l'associato dovrà richiederne l'applicazione alla propria filiale, presentando l'Attestato di socio.

Per ottenere l'Attestato, da presentare presso una filiale Intesa

Sanpaolo ai fini dell'attivazione della convenzione, inviare una richiesta email alla propria Associazione o a

marketing@unione.milano.it indicando la ragione sociale e la partita Iva.



Vedi la pagina 15 per la convenzione fra Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e Intesa Sanpaolo sulle condizioni di conto corrente

Rimborso delle commissioni sui pagamenti fino a 10 euro

Tra le principali condizioni economiche agevolate, attivabili fino al 31 dicembre 2027:

- il rimborso delle commissioni sui pagamenti fino a 10 euro;
- canoni ridotti sugli SmartPos;
- commissioni dedicate sul transato Pos fisici e virtuali per le imprese in possesso dei requisiti.



Per il dettaglio delle condizioni della convenzione (nella sezione "Vantaggi servizio Pos e micropagamenti") vedere su confcommerciomilano.it:

https://www.confcommerciomilano.it/it/impresa_persona/convenzioni/convenzioni/banche/INTESA_SANPAOLO/index.html

Sabato 24 ottobre a Milano il

Centro Congressi Cariplo (via Romagnosi, 8) ospita la seconda edizione degli Harmony Days: una giornata incontri, esibizioni e workshop che mettono al centro la musica come strumento di cura, educazione, inclusione e benessere. L'iniziativa è promossa da Fondazione Lang Italia, Fondazione Antonio Carlo Monzino e Fondazione Mariani.

Il tema del Forum 2026 è dedicato alla riflessione su una possibile alternativa alla conflittualità che caratterizza ogni organizzazione: "La Risonanza: come creare relazioni che

Tra i promotori la Fondazione Antonio Carlo Monzino

A Milano sabato 24 ottobre la seconda edizione degli Harmony Days



generano energia e riducono conflitto".

Per la prima volta, una ricerca mostra che la formazione musicale ricevuta fin dall'infanzia accresce la qualità della percezione della vita, stimolando una visione generativa e di trasformazione dell'esperienza umana. Lo studio, condotto da Eumetra, sarà presentato al Forum. Kenote speaker 2026 il fisico Federico Faggin.

Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e Intesa Sanpaolo: rinnovata a condizioni invariate di favore per gli associati la convenzione sui conti correnti

INTESA SANPAOLO

Per poter usufruire della convenzione andrà consegnato nella filiale Intesa l'attestato di socio fedele o ordinario che può essere richiesto alla propria Associazione oppure scrivendo a marketing@unione.milano.it indicando ragione sociale e partita Iva dell'azienda.



Rinnovata la convenzione fra Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza e Intesa Sanpaolo relativa alle condizioni di conto corrente. Il rinnovo della convenzione, atteso dalle imprese associate, rappresenta un valore aggiunto: sono state, infatti, mantenute invariate le condizioni degli anni passati, compresa la Commissione Disponibilità Fondi (CDF) che, per i soci fedeli, prevede una percentuale compresa tra lo 0,20 p.p. e lo 0,40 p.p. applicata sul fido secondo il Rating del cliente (A - B - C - D).

A questo link il dettaglio delle condizioni di conto corrente per i soci fedeli:

https://www.confcommerciomilano.it/export/sites/unione/doc/impresa_persona/banche/INTESA-SANPAOLO-SOCI-FEDELII.pdf

A questo link il dettaglio delle condizioni di conto corrente per i soci ordinari:

https://www.confcommerciomilano.it/export/sites/unione/doc/impresa_persona/banche/INTESA-SANPAOLO-SOCI-ORDINARI.pdf

Registro delle Imprese Storiche italiane Entro il 30 settembre le domande per le attività centenarie al 31 dicembre 2025

Da Unioncamere riapertura per le iscrizioni al Registro delle Imprese Storiche, con l'obiettivo di valorizzare le

realità imprenditoriali che hanno già raggiunto i 100 anni nel 2025 o che li matureranno in questo 2026. L'iniziativa è rivolta a tutte le imprese di qualsiasi forma giuridica operanti in qualsiasi settore economico, iscritte nel Registro delle imprese, attive e in regola con il pagamento del diritto annuale, con esercizio ininterrotto dell'attività nell'ambito del medesimo settore merceologico per un periodo appunto non inferiore a 100 anni. Il requisito temporale deve essere maturato il 31 dicembre dell'anno precedente l'iscrizione.

Il criterio di riferimento fondamentale è quello della sostanziale continuità dell'attività che, indipendentemente degli eventuali cambiamenti legati all'evoluzione tecnologica, del mutamento dei prodotti o dei mercati riferimento, di modifiche nella forma giuridica dell'impresa, della sua denominazione o pro-

**REGISTRO
IMPRESE STORICHE**

**CAMERE
DI COMMERCIO
D'ITALIA**

Al modulo della domanda devono essere allegati:

- una breve relazione sulla vita dell'azienda dalla costituzione ad oggi, dalla quale emerga in particolare la continuità storica dell'impresa;
- copia della documentazione storica utile a dimostrare la data di avvio dell'attività o della costituzione, qualora queste non coincidano con quelle risultanti dalla visura camerale.

prietà o sede, deve restare collegata a quella originaria e allo stesso settore.

Le imprese interessate, in possesso dei requisiti, possono presentare domanda di iscrizione collegandosi alla pagina "Registro Imprese Storiche – Come iscriversi", seguendo

le indicazioni per la compilazione del form online e il successivo invio della domanda sottoscritta.

Il termine per l'invio delle domande di iscrizione è il 30 settembre di quest'anno per le imprese che hanno compiuto i 100 anni al 31 dicembre

2025 e il 31 luglio 2027 per le imprese che avranno raggiunto questo traguardo al 31 dicembre 2026.

Per la successiva pubblicazione nel Registro e la valorizzazione della storia aziendale, è possibile inviare materiali d'epoca (logo attuale, fotografie storiche, lettere commerciali, vecchi cataloghi o pubblicità) all'email: impresestoriche@culturadimpresa.org (indicando nell'oggetto la denominazione attuale dell'impresa). Eventuali libri o pubblicazioni aziendali a stampa vanno invece spediti a: Registro imprese storiche – Unioncamere, Piazza Sallustiana 21, 00187 Roma.



Collaborazione triennale finalizzata a sviluppare iniziative a favore di imprese, lavoratori, professionisti



Monza Brianza: nuove opportunità di formazione con l'Accordo Quadro fra Capac Politecnico del Commercio e del Turismo e la Scuola Paolo Borsa

I Capac Politecnico del Commercio e del Turismo (l'ente formativo che fa riferimento a Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza) e l'Azienda Speciale di Formazione Scuola Paolo Borsa hanno sottoscritto un Accordo Quadro di collaborazione triennale finalizzato a sviluppare nuove iniziative formative a favore delle imprese, dei lavoratori e dei professionisti del territorio di Monza e Brianza. Le foto di queste pagine si riferiscono alla presentazione ai media a Monza.

L'intesa nasce con l'obiettivo di rafforzare il legame tra formazione, lavoro e sviluppo economico locale, mettendo a disposizione del tessuto produttivo brianzolo strumenti concreti per aggiornare le competenze, accompagnare i processi di innovazione e sostenere la qualificazione professionale. La collaborazione valorizza le competenze distintive dei due enti: Capac, ente di formazione promosso dal sistema Confcommercio e punto di riferimento nei settori commercio, turismo e servizi, metterà a disposizione la propria esperienza nella progettazione formativa,



Info su: <https://www.scuola-borsa.it/formazioneimprese>

Contatti: formazioneimprese@scuola-borsa.it

nella gestione dei finanziamenti e nell'organizzazione delle attività didattiche; Scuola Paolo Borsa, realtà fortemente radicata nel territorio monzese e brianzolo, contribuirà a studiare, attraverso il rapporto diretto con il tessuto economico locale, l'analisi dei fabbisogni delle imprese e il supporto all'erogazione dei percorsi.

Le attività prenderanno avvio prioritariamente in due ambiti strategici: la formazione continua finanziata per le imprese, finalizzata all'aggiornamento dei lavoratori senza costi diretti per le aziende; e la formazione abilitante e permanente, rivolta a cittadini, lavoratori, disoccupati e professionisti interessati ad accedere a nuove opportunità occupazionali o a mantenere

re e sviluppare la propria attività professionale.

Formazione continua

Per la formazione continua, le imprese del territorio di

Hanno detto

"Questa collaborazione risponde alle esigenze espresse dalle nostre imprese di poter disporre di risorse sempre più qualificate – ha spiegato **Carlo Abbà**, assessore al



Lavoro, Commercio e attività produttive del Comune di Monza - La solidità della collaborazione avviata tra gli Enti in questo senso è un buon auspicio per lo sviluppo del territorio, che dimostra la capacità di allargare gli orizzonti e consolidare la sinergia con la vicina area milanese, non solo nel campo del marketing e del turismo, ma anche in quello strategico della formazione professionale, dove l'Azienda Speciale Paolo Borsa ha maturato negli anni un'esperienza di grande rilievo".

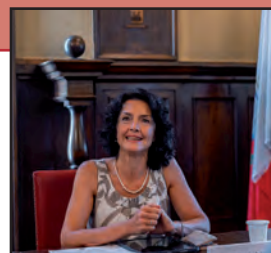
"Con questo accordo – ha dichiarato **Simonpaolo Buongiardino**, presidente di Capac e vicepresidente di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza - vogliamo offrire alle imprese e ai professionisti del territorio di Monza e Brianza un'opportunità concreta: accedere a percorsi formativi qualificati, vicini ai reali fabbisogni del mercato e, nel caso della formazione continua, finanziabili senza costi diretti per le aziende. La collaborazione con la Scuola Paolo Borsa consente di unire il radicamento territoriale con l'esperienza del sistema Confcommercio nella formazione per il terziario, contribuendo alla crescita delle competenze e alla competitività del tessuto economico locale".



"Ringrazio il sindaco Paolo Pilotto, l'assessore al Lavoro Carlo Abbà e il presidente di Capac e vicepresidente di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza, Simonpaolo Buongiardino. E' stato presentato un accordo di collaborazione tra Capac e la Scuola Paolo Borsa che noi, come territorio abbiamo da tempo

sollecitato – ha sottolineato **Domenico Riga**, presidente di Confcommercio Monza - e che mette al centro la formazione come leva di crescita per Monza. Questa partnership attiverà nuovi percorsi congiunti a beneficio dei cittadini e delle imprese del terziario rafforzando le competenze, facilitando l'incontro tra domanda e offerta di lavoro e sostenendo la competitività del nostro territorio. È un passo concreto per dare prospettive ai giovani, aggiornare i lavoratori e accompagnare le aziende nelle transizioni in atto".

"L'iniziativa presentata rappresenta per noi un'importante occasione di crescita – ha affermato **Barbara Ongaro**, presidente del Cda della Scuola Paolo Borsa - che ci consentirà di rafforzare ulteriormente il rapporto già in essere con le imprese del territorio ed essere attori, insieme, dell'innovazione e del miglioramento del sistema produttivo brianzolo. Tanti sono i bisogni formativi riguardanti le nostre imprese che rappresentano spesso un'eccellenza, ma si trovano ad operare in un contesto con sempre nuove sfide. La nostra missione è contribuire a svilupparne il valore".



Monza Brianza potranno accedere a percorsi formativi sostenuti attraverso i fondi interprofessionali, con particolare riferimento a For.Te. (Fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua del terziario) e attraverso le risorse della bilateralità disponibili per le aziende aderenti che applichino i CCNL Terziario, Pubblici Esercizi e Alberghi di Confcommercio.

L'offerta formativa sarà articolata in aree ad alto impatto per la competitività aziendale: sicurezza sul lavoro, digitalizzazione, vendita e marketing digitale, competenze relazionali e manageriali, aggiornamento tecnico-professionale. L'obiettivo è consentire alle imprese di investire sulle proprie persone, affrontare le trasformazioni del mercato e rafforzare la qualità dei servizi offerti.

Corso per Mediatore Immobiliare

Parallelamente, nell'ambito della formazione abilitante e permanente, CAPAC e Scuola Paolo Borsa avvieranno già dal mese di ottobre il corso per Mediatore Immobiliare, rivolto a chi intende acquisire le competenze necessarie

per sostenere l'esame abilitante e accedere a una professione particolarmente richiesta nel settore dei servizi.

Indicazioni per le aziende

Le imprese interessate potranno rivolgersi a CAPAC o a Scuola Paolo Borsa per verificare i requisiti di accesso ai percorsi finanziati, consultare il catalogo formativo e ricevere supporto nella scelta delle iniziative più coerenti con i propri fabbisogni. Per la formazione continua finanziata attraverso For.Te., potranno accedere le aziende aderenti al Fondo e in possesso dei requisiti previsti, con la possibilità di finanziare integralmente i percorsi formativi dei lavoratori. Le aziende che non hanno ancora verificato la propria posizione potranno essere accompagnate da CAPAC nell'analisi dell'adesione e nell'individuazione degli strumenti più adeguati per accedere alle opportunità disponibili.

Il catalogo dei corsi, costantemente aggiornato in base alle esigenze del mercato del lavoro, sarà consultabile attraverso i canali informativi di CAPAC e Scuola Paolo Borsa.

Da Confcommercio e altre associazioni la richiesta con il Manifesto per l'Italia Digitale

Presentato (a Roma – foto in questa pagina di Sabrina Nicoletti) il Manifesto per l'Italia Digitale, iniziativa congiunta di Confcommercio ed altre associazioni (AIIP, Asso-Software, Confartigianato, Confindustria e Confindustria) con la richiesta, nella prossima legge di bilancio, di introdurre il “Buono Digitale” per favorire gli investimenti digitali immateriali di micro, piccole e medie imprese, studi professionali ed enti del terzo settore.

Proposta, l'introduzione del “Buono Digitale”, che mira a dare una risposta al ritardo digitale italiano evidente, soprattutto, nelle realtà meno strutturate: il 94,7% delle imprese ha meno di dieci addetti, ma solo il 29,4% delle micro-imprese tra 2 e 9 addetti utilizza un

software gestionale, contro il 51,4% delle imprese con almeno dieci addetti. Con il Buono si potrebbero sostenere investimenti in software gestionali, cloud, piattaforme digitali, intelligenza artificiale, cybersecurity, e-commerce, consulenza, formazione e compliance, legando il beneficio alla reale messa in funzione delle soluzioni e non al semplice acquisto.

La platea stimata è di circa 578mila beneficiari nel triennio con un fabbisogno pubblico pari a 3,951 miliardi di euro e investimenti complessivi attivati previsti in 7,05 miliardi.

Paola Generali, consigliere Confcommercio con incarico alla digitalizzazione e presidente di Assintel (l'Associazione Confcommercio delle imprese digitali) ed EDI Confcommer-



Introdurre il “Buono Digitale” per favorire gli investimenti delle imprese

cio (il Digital Innovation Hub della Confederazione – vedi pagina 19 con foto n.d.r.) dopo aver sottolineato la forte coesione delle organizzazioni firmatarie su costituzione e finalità del Buono, ha dichiarato che “il Manifesto per l'Italia Digitale non è solo un documento di proposte, ma la testimonianza di una consapevolezza matura: la trasformazione del Paese non si gioca nelle grandi infrastrutture, ma nella capacità di portare l'innovazione fin dentro la microimpresa. Come Confcom-

mercio, il nostro contributo si focalizza su questo legame vitale tra tecnologia e territorio. Il nostro obiettivo è abbattere il gap tecnologico che ancora frena le

nostre piccole realtà, dotandole di quelle competenze specifiche e di quegli incentivi strutturali necessari per competere nel mercato globale”. “La trasformazione digitale è una leva strategica per la competitività del Paese che richiede un impegno condiviso tra istituzioni e corpi intermedi. Il Buono Digitale rappresenta uno strumento concreto per sostenere gli investimenti delle imprese in innovazione, competenze e cybersecurity contribuendo a ridurre il divario tecnologico e a rafforzare il nostro sistema produttivo” ha aggiunto Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio.



EDI Confcommercio Paola Generali confermata alla presidenza



Confcommercio

Rinnovato il Cda del Digital Innovation Hub della Confederazione

Il nuovo Consiglio di Amministrazione di EDI Confcommercio ha tracciato la strategia per il prossimo triennio. Alla presidenza è stata confermata Paola Generali - membro del Consiglio nazionale di Confcommercio con incarico alla digitalizzazione, nonché presidente di Assintel - affiancata dai consiglieri Luciano Gaiotti, con delega per l'ordinaria amministrazione, Tiziano Tempestini, Patrizia Verde e Maria Santagada. La direzione operativa è affidata a Nicola Bianchi, già responsabile servizi, progetti e partnership di EDI. "Il rinnovo del Consiglio - ha dichiarato la presidente Paola Generali - segna una continuità di mandato con Confcommercio, di cui EDI è espressione diretta. La stagione che si chiude lascia un bilancio di oltre 17.000 imprese raggiunte dal programma EDI Training fin dal suo avvio e circa 2.000 accompagnate nei percorsi di trasformazione digitale dai nostri Sportelli Innovazione, con il sostegno del programma Digital Europe e del PNRR. Nel tempo delle grandi sfide poste dall'intelligenza artificiale e dalla robotica, la nostra priorità del prossimo triennio sarà rafforzare il ruolo di EDI come Digital Innovation Hub con una rete di servizi digitali e un approccio inclusivo che metta sempre più al centro territori e imprese".

*Priorità a innovazione,
intelligenza artificiale
e rafforzamento della rete
di servizi digitali
per territori e imprese*



**Paola Generali, confermata presidente
di EDI Confcommercio**

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



Analisi del Centro Studi di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza

Milano e l'effetto "Il Diavolo veste Prada 2" +18% di turismo straniero nelle location del film

Anche un film aiuta Milano ad attrarre visitatori internazionali e a rafforzare il proprio ruolo di destinazione turistica globale. Secondo un'analisi del Centro Studi di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza (realizzata attraverso la piattaforma Cities Analytics) dopo l'uscita del film "Il Diavolo veste Prada 2" i flussi pedonali medi giornalieri di turisti stranieri nelle principali location milanesi della pellicola sono aumentati del 18% rispetto al periodo precedente. L'incremento ha interessato tutte le aree analizzate: per Cairoli-Palazzo Clerici la crescita più marcata (+28%), seguita da Galleria Vittorio Emanuele II-Duomo (+17%), Brera (+14%) e Montenapoleone (+13%).

Dal 1° maggio al 26 luglio i visitatori stranieri nelle aree analizzate provenivano in media per il 52,3% dai Paesi dell'Unione Europea e per il 47,7% dai Paesi extra UE, confermando una domanda internazionale ampia e diversificata. Tra i principali Paesi di provenienza gli Stati Uniti, primo mercato estero in tutte le location

monitorate, con una quota compresa tra il 13% e il 20% dei visitatori. Seguono Francia (11,6%-13,8%) e Regno Unito (8,5%-10,6%), mentre tra gli altri mercati europei si distinguono Austria, Paesi Bassi, Polonia e Svizzera, a testimonianza della forte attrattiva di Milano.

"Le elaborazioni del nostro Centro Studi – ha osservato Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza – confermano un trend di crescita strutturale del turismo internazionale nel centro di Milano": i visitatori stranieri aumentano in media di 28.500 unità al mese. Complessivamente stimati 1,5 milioni di arrivi di stranieri nel centro di Milano per quest'intero periodo estivo. (MD)



Nella foto (di Federico Giusti) la firma del Protocollo d'intesa: con il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti e il presidente di Fondazione Lombardia per l'Ambiente Piero Frazzi

TERZIARIO LOMBARDO E SOSTENIBILITÀ: PROTOCOLLO D'INTESA TRA CONFCOMMERCCIO LOMBARDIA E FONDAZIONE LOMBARDIA PER L'AMBIENTE - Confcommercio Lombardia e Fondazione Lombardia per l'Ambiente hanno siglato un Protocollo d'intesa per la diffusione della cultura della sostenibilità tra le imprese del terziario lombardo. Si rinnova una collaborazione - nata nel 2022 - che ha consentito di realizzare il primo Osservatorio a livello regionale sulla sostenibilità nel terziario. Oltre al monitoraggio delle imprese attraverso sondaggi e indagini dedicati - con focus specifici su rischi e opportunità dell'Intelligenza artificiale per la sostenibilità - il Protocollo sarà declinato con appuntamenti formativi e la messa in rete di esperienze e conoscenze tra imprese, così da rendere le "best practices" patrimonio comune di un sistema di attività economiche, quelle del terziario, che rappresentano quasi il 70% del totale lombardo. Prevista, inoltre, la realizzazione di progetti di sostenibilità e rigenerazione urbana all'interno dei Distretti del Commercio.

SOGEMI: OGNI GIOVEDÌ SINO AL 31 DICEMBRE MERCATO ALIMENTARE APERTO FINO ALLE 12.30 PER VENIRE INCONTRO AGLI OPERATORI DI RISTORAZIONE E HOTELLERIE - Da Sogemi nuova iniziativa per rendere il Mercato Alimentare di Milano ancora più accessibile agli operatori del canale HoReCa. Fino al 31 dicembre (dal 10 settembre) ogni giovedì il Mercato

resta aperto fino alle 12.30 e i professionisti della ristorazione e dell'hotellerie possono richiedere gratuitamente la tessera di ingresso annuale, necessaria per effettuare gli acquisti all'interno del comprensorio. L'iniziativa, spiega Sogemi, nasce per rispondere alle esigenze di un settore che sempre più richiede flessibilità negli orari di approvvigionamento.

*Modifiche
del Comune:
accolte richieste
presentate
dalla Confcommercio
milanese*

Foto
di Federico
Giusti



Milano ztl Isola Qualche miglioramento

La Giunta comunale milanese ha approvato una delibera che ha aggiornato la disciplina della ztl Isola, attiva tutti i giorni nella fascia oraria compresa tra le 19.30 e le 6 del mattino. Sono state accolte richieste presentate da Confcommercio.

Le nuove deroghe

Area pedonale Borsieri: via libera ai veicoli per manifestazioni ed eventi. Grazie al confronto con Confcommercio Milano è stata introdotta una specifica disciplina per via Borsieri per i veicoli (prima esclusi) utilizzati a supporto di manifestazioni, eventi e servizi essenziali nell'area pedonale della via. E' ora espressamente prevista la possibilità di autorizzare in deroga l'accesso dei veicoli impiegati per queste attività per il periodo strettamente necessario allo svolgimento dell'evento autorizzato.

Al di fuori di questa deroga, resta in vigore la regola generale per le aree pedonali presenti all'interno della ztl Isola (via Borsieri, via Pepe, via Toce e piazza Minniti): l'accesso e la circolazione dei veicoli sono vietati per l'intera giornata (24 ore); i veicoli (categoria N) possono accedere e sostare nell'area pedonale di via Borsieri (tratto via Lambertenghi e piazzale Segrino) per le operazioni di carico e scarico merci esclusivamente dalle 9 alle 11 e dalle 15 alle 17. L'accesso è consentito automaticamente (senza bisogno di fare richiesta), nelle fasce autorizzate, solo per il tempo necessario per le operazioni di carico e scarico.

Pubblici esercizi: cosa cambia. Per i pubblici esercizi è stata introdotta la deroga che consente ai lavoratori turnisti di bar e ristoranti nella ztl di acquistare un abbonamento mensile o annuale e parcheggiare sulle strisce blu della ztl stessa. Possono quindi accedere con i loro veicoli alla ztl anche negli orari in cui è attiva (19.30 - 6) senza prendere la multa. Viene riconosciuto un abbonamento per ogni lavoratore. Stessa deroga è riconosciuta anche per gli operatori delle attività economiche con sede nella ztl: possono anch'essi acquistare un abbonamento mensile o annuale (un solo abbonamento per ogni attività). L'abbonamento mensile agevolato Filoviaria 9 o 10 costa 72 euro, l'annuale 720 euro. Occorre presentare questa richiesta ad ATM e poi acquistare l'abbonamento tramite l'APP MooneyGo.



Quali altre categorie possono accedere liberamente alla ztl.

La delibera del Comune amplia le possibilità di accesso, transito e sosta durante gli orari di attivazione della ztl anche per: i produttori e rivenditori di pane, prodotti da forno e pasticceria fresca; i furgoni isotermitici o coibentati per la consegna di prodotti alimentari freschi; i mezzi per i servizi di consegna a domicilio, sia per il commercio al dettaglio sia per la grande distribuzione; i veicoli di imprese impegnate nella pulizia, custodia, igienizzazione, manutenzione e gestione continuativa degli edifici; gli operatori della mobilità in sharing per i veicoli destinati alla movimentazione, manutenzione, ricarica e gestione operativa dei mezzi; i veicoli impiegati per la consegna di quotidiani e periodici.

Come ottenere le autorizzazioni. Il Comune ha realizzato un manuale che spiega, passo dopo passo, come fare per registrare una persona giuridica, passaggio necessario per chiedere e gestire una deroga. Per semplificare il processo di compilazione e ridurre i tempi necessari per presentare le richieste, il Comune ha messo a disposizione anche la funzionalità di clonazione delle domande già inoltrate. Questa funzione consente di creare una nuova domanda partendo da una già inviata in passato, riportandone automaticamente tutti i dati e gli allegati inseriti nella domanda precedente. In questo modo, l'utente evita di ricompilare tutti i campi e può modificare solo i campi necessari per la nuova richiesta. (CC)

Tutti i link utili su confcommercio.milano.it

<https://www.confcommerciomilano.it/it/news/news/Milano-ztl-Isola-le-modifiche-del-Comune/>

L'iniziativa "Leve finanziarie per la crescita della rete" organizzata da Assofranchising in collaborazione con Grenke Italia

L'accesso al credito continua a rappresentare il principale freno allo sviluppo del franchising in Italia. Secondo il Rapporto Assofranchising Italia 2026 – Strutture, Tendenze e Scenari, realizzato da Patrigest in collaborazione con TEHA Group, l'80% dei franchisor individua nella difficoltà di reperire capitale e finanziamenti la criticità più rilevante nella fase di

apertura di nuovi punti vendita, davanti alla ricerca di personale (67%) e di nuovi affiliati (60%).

Il tema assume un peso ancora maggiore se si considera che l'investimento richiesto per avviare un'attività in franchising varia sensibilmente in funzione del settore e del modello di business.

Se nel 2025 l'investimento medio è stato pari a circa 121 mila euro, il mercato offre formule che consentono di avviare un'attività anche con capitali significativamente inferiori. Rimane, però, determinante la possibilità di accedere a strumenti finanziari adeguati, che permettano agli aspiranti imprenditori di scegliere il format più adatto alle proprie capacità di investimento.

Di questi temi si è discusso a Milano, presso la sede di Grenke Italia, nel corso dell'incontro "Leve finanziarie per la crescita della rete", organizzato da Assofranchising in collaborazione con Grenke. Assofranchising collabora da anni con Grenke Italia per offrire soluzioni di locazione operativa che consentano di distribuire nel tempo i costi legati agli investimenti necessari all'avvio e allo sviluppo delle attività.

E si è affiancato l'accordo con Banco BPM e con la divisione specializzata nel sostegno allo sviluppo delle reti in franchising, con l'obiettivo di facilitare l'accesso ai finanziamenti dei franchisee.



Accesso al credito principale freno allo sviluppo del franchising

"L'obiettivo dell'Associazione è offrire una molteplicità di soluzioni, anche complementari tra loro, per dare risposte concrete alle nostre aziende e ai loro imprenditori sul territorio" ha dichiarato Massimiliano Maffioli, presidente di Assofranchising.

Secondo il Rapporto Assofranchising per l'80% dei franchisor costituisce la criticità più rilevante



ASSOFRANCHISING
ASSOCIAZIONE ITALIANA FRANCHISING

Alle soluzioni Assofranchising si aggiunge la collaborazione con Fidicomat

Completa il quadro Assofranchising l'intesa con Fidicomat, il servizio credito garanzia fidi di Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza (rete Asconfidi Lombardia). La collaborazione sarà inizialmente dedicata a imprese operanti o da attivare in Lombardia, provincia di

Piacenza e nel Piemonte orientale, con la possibilità di una successiva estensione ad altri territori, attraverso il sistema nazionale di Confcommercio.

"Vogliamo essere un punto di riferimento per le micro e piccole imprese che aprono, investono e ampliano la propria presenza territoriale, in una logica di sostegno e tutoring finanziario oggi imprescindibile per superare le note e crescenti difficoltà di accesso al capitale di debito" ha affermato

Leonardo Marseglia, direttore di Fidicomat. "Con il nostro supporto – ha spiegato – le possibilità di finanziamento per le imprese crescono esponenzialmente perché attiviamo tutti gli strumenti utili per costruire richieste creditizie solide e delibera-

bili dai soggetti finanziatori con cui interagiamo. Oltre alla fondamentale operatività con MCC/Fondo di Garanzia per le pmi, che ci permette di garantire fino al 80% le operazioni di finanziamento bancario, offriamo finanzia diretta di 'piccolo credito' nonché servizi di assistenza per business plan, oggi più che mai strumento di massima rilevanza nella valutazione del merito di credito, per la ricerca e la gestione di strumenti di finanzia agevolata, per la valutazione della situazione finanziaria dell'impresa richiedente".



Terziario Donna Confcommercio Luciana Di Bisceglie nuova presidente nazionale

Luciana Di Bisceglie – nella foto con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli – è la nuova presidente nazionale di Terziario Donna Confcommercio. Imprenditrice nel settore dei servizi, Luciana Di Bisceglie è presidente della Camera di Commercio di Bari e presidente di Unioncamere Puglia.



L'intervento del presidente Maurizio Governa

Maurizio Governa ha inoltre evidenziato il costante calo del numero delle agenzie di rappresentanza nel comparto moda: anche quest'anno si registra una diminuzione del 4,8%, passando dalle 12.986 agenzie del 2025 alle attuali 12.362 (fonte: Ufficio Studi Confcommercio). Un dato, ha rilevato Governa, che conferma la necessità di politiche di sostegno a favore di una categoria che rappresenta un anello strategico della filiera commerciale del Made in Italy. Particolare attenzione dal presidente di Assomoda Governa è stata dedicata al tema dell'EPR (Responsabilità Estesa del Produttore) per il settore tessile: permangono ancora significative incertezze riguardo ai tempi di applicazione della normativa, ai relativi costi, al ruolo dei consorzi di gestione e alle

modalità operative previste per le piccole e medie imprese. Governa ha inoltre espresso forte preoccupazione

Tavolo della Moda al MIMIT: da Assomoda richiesta di maggiori tutele per agenti, showroom e distributori. Sollecitata più chiarezza sull'EPR tessile

Il presidente di Assomoda Maurizio Governa (nelle foto durante il suo intervento) ha partecipato al Tavolo della Moda convocato presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT), presieduto dal ministro Adolfo Urso,

alla presenza del ministro francese dell'Industria e dell'Energia Sébastien Martin (nell'occasione è stato presentato e firmato il Protocollo d'intesa tra Italia e Francia per rafforzare la collaborazione tra i due Paesi e sostenere la competitività del sistema moda europeo).

Nel confronto sul Piano Italia per la Moda il presidente di Assomoda ha richiamato l'attenzione del Governo sulla necessità di adottare misure concrete a sostegno della categoria degli agenti di commercio del settore moda attraverso bandi dedicati, programmi di formazione, voucher per la digitalizzazione e interventi di carattere fiscale, tra cui l'innalzamento del limite di deducibilità degli autoveicoli utilizzati per l'attività professionale.



per l'ipotesi che anche i distributori italiani vengano assimilati ai produttori, con il rischio di dover sostenere il contributo ambientale nel Paese di distribuzione, nonostante lo stesso contributo possa essere già stato assolto dal produttore nel Paese di origine. Una situazione – ha rilevato Governa – che potrebbe determinare un'evidente duplicazione degli oneri e incidere negativamente sulla competitività delle imprese italiane. Si è

preso atto delle osservazioni presentate da Assomoda. "Assomoda – ha affermato Governa – continuerà a seguire con la massima attenzione l'evoluzione del dossier EPR e delle altre misure a sostegno del settore, proseguendo la propria attività di rappresentanza

istituzionale affinché gli interessi di agenti di commercio, showroom e distributori siano adeguatamente considerati nei futuri provvedimenti del Governo".



Nata nel 1946, l'anno di nascita della Repubblica italiana, la sua storia si unisce a quella di Confcommercio

Celebrati a Milano gli 80 anni di AssICC, l'Associazione Italiana Commercio Chimico aderente a Confcommercio, con un evento a Palazzo Giureconsulti al quale hanno partecipato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e il giornalista, saggista e storico Paolo Mieli in dialogo con Maurizio Giannattasio (Corriere della Sera) sul tema "La chimica nel tempo: ottant'anni di commercio, società e cultura in Italia". La giornata celebrativa degli 80 anni di AssICC è proseguita con una visita esclusiva ed un concerto d'organo nel Duomo di



Gli 80 anni di AssICC l'Associazione Italiana Commercio Chimico



Milano (per concludersi successivamente a Palazzo Giureconsulti con cocktail e festeggiamenti). "Siamo nati nel 1946, nello stesso anno della Repubblica italiana – sottolinea con orgoglio Marco Coldani, presidente di AssICC – e la storia della nostra Associazione si unisce a Confcommercio".



Assieme al presidente dell'Associazione Marco Coldani evento a Palazzo Giureconsulti con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e il giornalista, saggista e storico Paolo Mieli



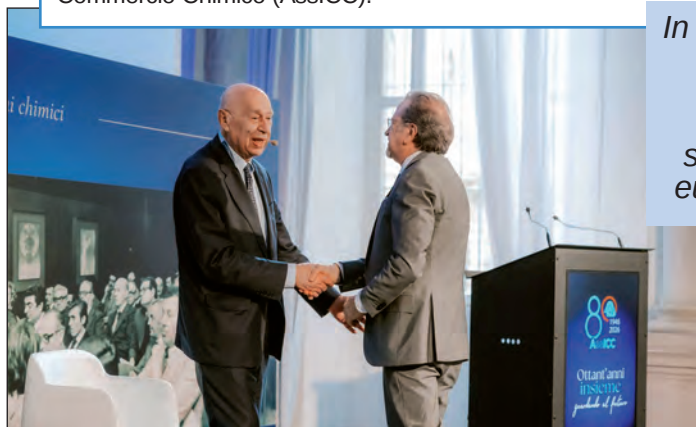
Foto di Marta Baffi

AssICC: le origini con il "Club degli Undici" in trattoria

Nell'immediato dopoguerra le principali realtà dell'epoca che operavano come grosse drogherie sentirono il bisogno profondo di unire le forze. Nacque così il "Club degli Undici": un gruppo di amici e colleghi che si riuniva con cadenza mensile, rigorosamente il giorno 11 di ogni mese, in una trattoria milanese per confrontarsi sul mercato scambiandosi anche i nomi dei clienti. Ben presto, l'esigenza di dissociarsi dalle speculazioni dei "neroborsisti" spinse il nucleo di operatori a strutturarsi. Sull'onda di quanto era già stato fatto dai produttori nel 1916 che ha portato poi alla nascita di Aschimici nel 1945 (la futura Federchimica), grazie alla buona volontà di pionieri prese ufficialmente vita l'Associazione Italiana Commercio Chimico (AssICC).



In un mercato della distribuzione chimica globale molto complesso, AssICC oggi punta sul supporto alla specializzazione ed è hub strategico per governare i severi standard del mondo regolatorio, il Green Deal europeo e le dinamiche dell'economia circolare



AssICC oggi

Il mercato della distribuzione chimica è profondamente cambiato in questi anni con una massiccia ondata di fusioni e acquisizioni (M&A) che ha portato all'affermazione di

grandi multinazionali della distribuzione: player globali che operano come partner strategici integrati sia per i grandi produttori chimici a monte, sia per le industrie utilizzatrici a valle, offrendo non solo logistica avanzata, ma anche laboratori applicativi interni, supporto nelle formule e una gestione centralizzata della conformità normativa.

Il tessuto imprenditoriale italiano rappresentato da AssICC ha dovuto, perciò, puntare sul supporto alla specializzazione estrema. Le medie e piccole aziende commerciali si sono evolute in distributori ad alto valore aggiunto, focalizzandosi su mercati specifici come il life science (farmaceutica, cosmetica, alimentare), dove la flessibilità e la conoscenza tecnica del territorio fanno ancora la differenza rispetto ai volumi standardizzati delle grandi multinazionali. Il mercato globale impone nel commercio chimico nuove



regole del gioco, tra il crescente peso geopolitico della Cina e l'evoluzione della distribuzione. La Cina è diventata il principale hub manifatturiero e il maggiore produttore mondiale di sostanze chimiche di base, intermedi industriali e principi attivi (API). Il baricentro degli approvvigionamenti

si è spostato verso l'Asia rendendo i distributori chimici occidentali fortemente dipendenti dalle fabbriche cinesi. Il distributore chimico moderno si trova oggi a dover gestire complesse strategie di risk management e di multi-sourcing, cercando di diversificare gli approvvigionamenti verso mercati emergenti come l'India o il Sud-Est asiatico. In questo scenario complesso AssICC – che annovera oggi 250 imprese associate, per 10mila dipendenti e con un fatturato di oltre 12 miliardi di euro – si propone come hub strategico per governare i severi standard del mondo regolatorio, il Green Deal europeo e le dinamiche dell'economia circolare.

"AssICC e le sue imprese – conclude il presidente Marco Coldani – guardano avanti: una filiera coesa per trasformare le sfide future in concrete opportunità competitive".

Nasce ConfSalute-Confcommercio Salute Sanità e Cura, il Coordinamento nazionale che riunisce tutte le federazioni e associazioni di categoria del mondo della salute, della sanità e della cura - che a vario titolo aderiscono direttamente o indirettamente a Confcommercio - costituendo il maggiore organismo unitario di rappresentanza del settore della salute a livello nazionale. L'iniziativa ha l'obiettivo di costruire una rappresentanza unitaria, autorevole e diffusa per un settore che è pilastro del welfare nazionale e motore di un'economia complessa e articolata. Alla presidenza del nuovo organismo è stato designato Michele Vietti, presidente di Federsalute e

ACOP, Associazione Coordinamento Ospedalità Privata (su Federsalute e Vietti vedi anche a pagina 27 con foto n.d.r.) figura di primo piano nel panorama giuridico, istituzionale e associativo italiano. Già vicepresidente del Consiglio Superiore della Magistratura, Vietti è stato deputato per quattro legislature e sottosegretario di Stato al Ministero della Giustizia e al Ministero dell'Economia e delle Finanze.

Michele Vietti ha inoltre presieduto le Commissioni ministeriali per la riforma del diritto societario e del diritto fallimentare.

L'area di rappresentanza di ConfSalute-Confcommercio Salute Sanità e Cura spazia dal mondo della sanità privata al settore socio-sanitario assistenziale e di cura, dalla distribuzione farmaceutica al dettaglio degli articoli sanitari, fino alle arti ausiliarie delle professioni sanitarie. Fanno parte di ConfSalute - Confcommercio Salute Sanità e Cura 17 tra federazioni e associazioni di categoria (vedi box n.d.r.). (SM)

Conf
com



ConfSalute

La nascita di ConfSalute-Confcommercio

Le Associazioni che costituiscono il Coordinamento ConfSalute-Confcommercio

- ▶ ACOP, Associazione Coordinamento Ospedalità Privata;
- ▶ ADF, Associazione Distributori Farmaceutici;
- ▶ ANA-ANAP/FIA, Associazione Nazionale Audioprotesisti – Associazione Nazionale Audioprotesisti Professionali/Federazione Italiana Audioprotesisti;
- ▶ ANTLO, Associazione Nazionale Titolari di Laboratorio Odontotecnico;
- ▶ ASCOFARVE, Associazione Nazionale Distributori Medicinali Veterinari;
- ▶ ASSOFARM, Associazione Nazionale Farmacie Comunali;
- ▶ FEI, Federazione Erboristi Italiani;
- ▶ FEDERFARMA, Federazione nazionale dei titolari di farmacia italiani;
- ▶ FEDEROTTICA, Associazione Federativa Nazionale Ottici Optometristi;
- ▶ FEDERSALUTE, Federazione Nazionale del Settore della Salute;
- ▶ FEDERSAN, Federazione Nazionale delle Imprese dei Servizi Sanitari;
- ▶ FIFO, Federazione Italiana Fornitori Ospedalieri;
- ▶ LAISAN, Libera Associazione Imprese Sanità Ambulatoriale;
- ▶ Associazione Silver S.P.A.C.E., Associazione Nazionale Operatori Servizi Sociali, Sanitari e Assistenziali alla Persona;
- ▶ 50 & PIÙ Fenacom, Sistema associativo e di servizi dedicato agli over 50;
- ▶ Confcommercio Professioni, Confederazione delle Associazioni Professionali di Confcommercio;
- ▶ Gruppo Nazionale Giovani Imprenditori Confcommercio.

Analisi dello studio legale ADR

Negozi automatici H24 Confida: stop dai Tar all'81% delle ordinanze comunali restrittive

Lo studio legale ADR ha realizzato per Confida, l'Associazione italiana distribuzione automatica aderente a Confcommercio, un'analisi su circa 40 provvedimenti adottati dai Comuni italiani tra il 2020 e il 2025 che hanno introdotto specifiche limitazioni per i negozi automatici H24: dagli orari di apertura alla vendita di bevande alcoliche, dai contenitori consentiti ad altri vincoli operativi. Lo studio ha evidenziato un dato significativo, spiega Confida: oltre otto ricorsi su dieci presentati dai gestori di tali negozi sono stati accolti dalla giustizia amministrativa. Secondo la ricerca, infatti, nell'81% dei casi i Tar hanno sospeso o annullato le ordinanze comunali rilevando frequentemente motivazioni troppo generiche, carenza dei requisiti di urgenza, assenza di un collegamento diretto tra l'attività dei negozi automatici e i fenomeni contestati, oltre a misure considerate sproporzionate rispetto agli obiettivi perseguiti.



"I negozi H24 diventano spesso i 'capri espiatori' dei problemi di ordine pubblico dei nostri Comuni" ha affermato Massimo Trapletti, presidente di Confida. "Problemi di cui non sono assolutamente i responsabili, anzi talvolta ne sono le vittime. Si tratta, infatti - ha proseguito Trapletti - di esercizi commerciali utilizzati quotidianamente dai cittadini e che in molti casi rappresentano una risposta concreta e sociale alla progressiva scomparsa dei negozi di vicinato, mantenendo vivi territori che rischiano di perdere servizi essenziali. Bisogna quindi concentrarsi sulla loro qualità. Confida, per questo motivo, ha dato vita al Protocollo Top Quality Negozi Automatici H24, un percorso di certificazione dedicato basato su qualità di servizio e prodotti, sostenibilità e sicurezza, ottenuto già da oltre 150 negozi automatici in Italia". (FG)

lato le ordinanze comunali rilevando frequentemente motivazioni troppo generiche, carenza dei requisiti di urgenza, assenza di un collegamento diretto tra l'attività dei negozi automatici e i fenomeni contestati, oltre a misure considerate sproporzionate rispetto agli obiettivi perseguiti.

lato le ordinanze comunali rilevando frequentemente motivazioni troppo generiche, carenza dei requisiti di urgenza, assenza di un collegamento diretto tra l'attività dei negozi automatici e i fenomeni contestati, oltre a misure considerate sproporzionate rispetto agli obiettivi perseguiti.

lato le ordinanze comunali rilevando frequentemente motivazioni troppo generiche, carenza dei requisiti di urgenza, assenza di un collegamento diretto tra l'attività dei negozi automatici e i fenomeni contestati, oltre a misure considerate sproporzionate rispetto agli obiettivi perseguiti.

Adesione di Federfarma a Federsalute Rafforzata in Confcommercio la rappresentanza del comparto della salute



Il Consiglio Generale di Federsalute, riunitosi in Confcommercio, ha approvato l'adesione di Federfarma, la federazione nazionale unitaria dei titolari di farmacia italiani che rappresenta le oltre 18.000 farmacie private convenzionate con il Servizio sanitario nazionale. Per il presidente di Federsalute Michele Vietti "L'ingresso di Federfarma in Federsalute rafforza e amplia la rappresentanza della nostra Federazione di settore. Si tratta di un passo importante per cui ringrazio la disponibilità dell'amico presidente di Federfarma Marco Cossolo. Federfarma rappresenta una componente essenziale di quell'ecosistema fatto di decine di migliaia di imprese e professionisti che ogni giorno forniscono il loro indispensabile contributo per integra-



re e rafforzare l'offerta del Servizio Sanitario Nazionale. Ora la sfida è costruire insieme un coordinamento più ampio di tutte le federazioni e associazioni di categoria del mondo della salute, della sanità e della cura che a vario titolo aderiscono direttamente o indirettamente a Confcommercio".

◀ **Michele Vietti, presidente Federsalute**



SNAG Confcommercio Alleanza con scuola e cultura per rafforzare la lettura e il ruolo della rete di vendita della stampa nell'era digitale

Una nuova alleanza tra scuola, cultura, informazione e rete di vendita della stampa

per rafforzare le competenze di lettura, comprensione e pensiero critico delle nuove generazioni attraverso la lettura dei quotidiani e dei periodici. E' la proposta emersa nel convegno "La fatica di comprendere. Lettura, scuola e spirito critico nell'era digitale", promosso da SNAG-Confcommercio in collaborazione con l'Osservatorio Carta, Penna & Digitale e svoltosi a Roma presso la Fondazione Luigi Einaudi. All'iniziativa sono intervenuti Alberto Barachini (sottosegretario con Delega all'informazione e all'editoria), Paola Frassinetti (sottosegretario al Ministero dell'Istruzione e del

All'iniziativa promossa a Roma presso la Fondazione Luigi Einaudi anche Impresa Cultura Italia-Confcommercio

Merito), Andrea Cangini (segretario generale della Fondazione Luigi Einaudi e direttore dell'Osservatorio Carta, Penna & Digitale), Renato Russo (presidente SNAG-Confcommercio), Carlo Fontana (presidente Impresa Cultura Italia-Confcommercio) e Andrea Riffeser Monti (presidente FIEG - Federazione Italiana Editori Giornali). E' stato proposto di realizzare, presso le istituzioni scolastiche statali e paritarie di ogni ordine e grado, progetti educativi che prevedano la lettura e l'analisi in classe di prodotti editoriali cartacei,

favorendo il confronto tra diverse fonti informative e sostenendo al contempo la propensione alla lettura sulla carta quale fondamentale pratica culturale, cognitiva ed educativa. Tra le proposte emerse, anche quella di estendere i contributi pubblici previsti per gli abbonamenti a quotidiani e riviste nelle scuole all'acquisto di pubblicazioni quotidiane e periodiche in edicola e quella di estendere al "Bonus Valore Cultura" e alla "Carta del Docente" la possibilità di acquistare quotidiani e periodici direttamente presso la rete delle edicole.

"Garbagnate In Vetrina... su Radio Panda"

E' andata in onda a fine giugno la prima puntata, introduttiva e di presentazione, di "Garbagnate In Vetrina...su Radio Panda", nuova trasmissione nata per raccontare come con ogni insegna di attività commerciale si intreccino persone, storie, momenti, traguardi. "Garbagnate In Vetrina... su Radio Panda" è frutto della collaborazione tra l'Amministrazione Comunale e la storica emittente cittadina e si riallaccia al progetto che ha visto Garbagnate Milanese divenire Distretto Urbano Del Commercio.

Nella prima puntata presenza in studio di esponenti dell'Amministrazione comunale, l'assessore alle Attività Produttive, al Commercio ed al Marketing Territoriale Ivan Daga e l'assessore alla Comunicazione Debora Campagna e del presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Bollate, Marco Corci. La programmazione vera e propria di "Garbagnate In Vetrina...su Radio Panda" prende avvio ora a settembre con un primo ciclo di puntate dedicate alle attività storiche di Garbagnate, per poi procedere con regolarità, seguendo una cadenza mensile.

Le trasmissioni possono essere ascoltate in diretta, sui canali di Radio Panda (FM e streaming) e on demand, nella pagina dedicata al progetto.

"Confcommercio sostiene da sempre iniziative come questa – ha dichiarato Marco Corci presidente dell'Associazione ter-

ritoriale Confcommercio di Bollate – una vetrina importante e un meritato riconoscimento per i nostri commercianti. Ci riferiamo sia alle real-



tà di lunga data che, con tanti sacrifici, hanno ottenuto il titolo di 'Attività Storica' da Regione Lombardia, sia alle imprese più recenti: passato, presente e futuro si interse-

cano. Questa iniziativa, però, offre anche l'opportunità di mostrare il lavoro che stiamo facendo insieme al Comune sui Distretti del Commercio e sui bandi regionali, per rendere sempre più solido il percorso. L'obiettivo è intercettare risorse concrete di cui beneficerà tutta la cittadinanza".



"Libere in cucina" lezioni per le detenute del carcere di Bollate con lo chef Matteo Scibilia

Primo ciclo di corsi di cucina "Libere in cucina" nel

reparto femminile del carcere di Bollate (Milano) a cura dello chef Matteo Scibilia, consigliere di Epam Fipe Milano. 16 detenute hanno seguito le lezioni - 40



ore complesse - per un'iniziativa nata dall'idea e dal sostegno di Soroptimist di Merate.

"Ci tengo a sottolineare la ricchezza del

rapporto nato con le detenute" ha commentato lo chef Scibilia "che, evidentemente, hanno sempre presente come la loro permanenza in carcere sia frutto di errori e sbagli commessi". I momenti in cucina con loro hanno permesso di cogliere "anche lati umani e sofferenze".

Scibilia sottolinea anche "la preziosa collaborazione

con le guardie carcerarie, in modo particolare con il sovrintendente Roberto Cabras e tutta la direzione carceraria" oltre ad esprimere un ringraziamento a Soroptimist e ad Epam Fipe Milano "che mi ha sostenuto in questi momenti particolari. Ringrazio il presidente Lino Stoppani e il direttore generale di Fipe Roberto Calugi" ha concluso Scibilia.

Con la Prefettura di Monza Brianza Protocollo d'intesa per una movida sicura



Movida sicura: un nuovo patto per i giovani. Adesione delle associazioni territoriali Confindustria di Monza e Brianza al Protocollo d'intesa, promosso dalla Prefettura di Monza e Brianza, su azioni di contrasto alla "malamovida" con l'attenzione rivolta alle giovani generazioni per prevenire comportamenti antisociali durante il divertimento notturno. Il tavolo di lavoro in Prefettura per il Protocollo d'intesa - coinvolte anche le amministrazioni locali - è stato un momento di confronto costruttivo durante il quale sono stati affrontati temi di interesse comune e sono state raccolte proposte e contributi per la definizione di un documento capace di rafforzare la collaborazione tra istituzioni e rappresentanze del territorio.

Opera: i premiati del primo Concorso Vetrine



4), e, terzo classificato, "Voglia Di Pizza" di via Manzoni 43 (foto 5).

Per il settore non alimentare il primo classificato è stato "Charme" di via Cavour 2 (foto 3).



Al secondo posto il parrucchiere "Number One" di via Leopardi n.3/A (foto 6) e, al terzo posto, l'"Ottagio Facco Sas" di via Di Vittorio 14.

Dalla Confindustria territoriale di Melegnano un ringraziamento ai giurati - Elisa Sommariva, Elisa



L'Amministrazione Comunale di Opera, in collaborazione con Confindustria Melegnano, ha organizzato il Concorso Vetrine, primo nel suo genere organizzato sul territorio comunale.

Vincitore assoluto del primo Concorso Vetrine di Opera è stato il "Chiosco Fiorito" (foto 1), in via Allende.

Primo classificato per il settore alimentare "Il Macellaio Giusto" (foto 2) di via Diaz 2.

Al secondo posto il "Centro Carni", di via Enrico Fermi (foto



Bitetto, Sara Sampellegrini e Alfio Catania (foto 7 la giuria al completo) - al sindaco di Opera Ettore Fusco e all'assessore Raoul

Montanari per la buona riuscita della manifestazione.



Marco Zanardi è il nuovo presidente di FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza, eletto per acclamazione per il mandato 2026 – 2031. In Confcommercio Milano l'Assemblea dei soci FIMAA MiLoMB ha

Eletta la nuova Dirigenza per il 2026 – 2031



eletto il nuovo Direttivo che guiderà l'Associazione, insieme al

Collegio dei Probiviri ed al Collegio dei Revisori dei Conti. Alcune riconferme e alcuni nuovi Dirigenti anche in rappresentanza del Gruppo Giovani. Dopo 13 anni e tre mandati, Vincenzo Albanese passa il testimone lasciando una solida eredità che, rileva l'Associazione, la nuova dirigenza saprà certamente preservare e valorizzare al meglio.

Marco Zanardi è il nuovo presidente di FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza

I nuovi Organi Direttivi FIMAA MiLoMB (il Collegio dei Mediatori ha 2.200 imprese iscritte, oltre 80 anni di storia ed aderisce a Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza) sono così composti: Marco Zanardi (presidente); Raoul Cecchini (vicepresidente vicario); Flavio Bassanini, Stefano Colombaretti, Veronica D'Agosta (vicepresidenti); Lorenzo Baia, Giulio Carpinelli, Alberto Gallinari, Cristian Gilardoni (Comitato Esecutivo – Giunta); Virginia Bondoli, Simona Caramia, Gianmarco Cattaneo, Ivana Chiappa, Gregorio Cortese, Andrea Di Dedda, Alessandro Limonta, Stefano Pezzoni, Roberto Tebaldi, Massimiliano Tonarini (consiglieri); Vincenzo Albanese (past president); Domenico Storch (presidente onorario); Caterina Romano (presidente probiviri), Silvia Dainelli, Lionella Maggi, Mauro Marazzi, Zizeth Maroun (probiviri); Armando Priolo (presidente revisori dei conti), Roberto Cannone, Lorenzo Radaelli, Renato Tognoli (revisori dei conti).

Foto dell'Assemblea FIMAA MiLoMB di Federico Giusti



“La dirigenza rappresenta tutti i settori della mediazione (immobiliare, merceologica, dei servizi vari e creditizia) e tutti i territori di competenza – ha affermato Beatrice Zanolini, Direttore FIMAA MiLoMB – ed esprime anche una rappresentanza significativa del Gruppo Giovani. Continueremo ad investire per un adeguato ricambio generazionale e con progetti formativi sempre più differenziati per rispondere alle esigenze di tutti gli associati, privilegiando sempre l'ascolto e la condivisione che sono l'essenza dell'associazionismo. E come diceva il rugbista inglese Johnny Wilkinson, il miglior modo di raggiungere il proprio obiettivo è di aiutare i compagni a raggiungere il proprio”.



Marco Zanardi è agente immobiliare dal 1990, con un'esperienza consolidata in vari settori: dalla mediazione immobiliare nel residenziale e nel commerciale alla mediazione di aziende, dal settore dello sviluppo e degli immobili di nuova costruzione alla fondazione di un franchising immobiliare certificato, uno dei rari esempi nel mercato italiano. Consigliere FIMAA MiLoMB dal 2019, ricopre l'incarico di vicepresidente della Commissione Prezzi Immobili della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi dal 2023 anche in forza della sua esperienza ad ampio raggio.

"Sono molto onorato per questa elezione e ancor più di poter lavorare con una squadra di eccellenze che, soprattutto in questi ultimi anni, si è consolidata e allargata avvicinando in particolare dei giovani, esprimendo competenze, dedizione ed entusiasmo" ha dichiarato Zanardi. "Ringrazio il presidente Albanese – ha proseguito – per avere lavorato sempre per la coesione, per la valorizzazione della professione e per il consolidamento della nostra reputazione associativa. Abbiamo un ruolo politico, ma anche economico, sociale e culturale. E una grande responsabilità verso gli Associati. Ci attendono certamente anni di cambiamento, il clima di fiducia e di stima ci permette di essere coesi e sereni nell'affrontare nuove sfide. Tutti possono e devono contribuire, a prescindere dai ruoli e dalle cariche, per il bene comune, per portare una voce univoca nelle sedi istituzionali e politiche, mettendo al centro gli interessi della categoria e non dei singoli, rafforzando la reputazione collettiva: il senso di un'associazione di categoria sta nella forza del gruppo e fare rete aiuta sicuramente a crescere. Sapere di poter farlo insieme alla nostra Confcommercio, della quale siamo soci fondatori, è un orgoglio così come un'ulteriore responsabilità. Ripongo grande fiducia in questa squadra e ringrazio chi si è reso disponibile accettando di farne parte".



Marco Zanardi, nuovo presidente di FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza

Federmobili Milano Lodi Monza e Brianza Giuseppe Bongiorno è il nuovo presidente

Assemblea elettiva di Federmobili Milano Lodi Monza e Brianza con il rinnovo delle cariche istituzionali dell'Associazione per il mandato 2026/2031.

Sono stati confermati per acclamazione i consiglieri candidati. Il neoeletto Consiglio Direttivo ha poi nominato presidente, sempre per acclamazione, Giuseppe Bongiorno. Giuseppe Legnani è il vicepresidente vicario e Lorena Villa la vicepresidente. A completare la squadra di presidenza, è stata nominata in Giunta Pamela Battezzati.

Il nuovo Consiglio Direttivo conferma anche Cristina Riva e fanno il loro ingresso quattro nuovi membri: Pamela Battezzati, Chiara Cavallini, Roberta Zucchi e Marco Credendino.

Il presidente Bongiorno e la squadra di presidenza raccorderanno le forze del comparto con l'obiettivo programmatico di fare squadra. Il nuovo Direttivo di Federmobili

Milano Lodi Monza e Brianza si propone, infatti, come un gruppo coeso e sinergico, pronto a "costruire insieme" nuovi percorsi, condividere idee e sviluppare progetti concreti a supporto degli imprenditori del design e del commercio di arredamento del territorio.

A margine dell'elezione, il neopresidente Giuseppe Bongiorno ha dichiarato: "Dopo aver vissuto l'ultimo quinquennio come

vicepresidente, è per me un grande onore assumere oggi la guida di questa Associazione proseguendo il percorso già tracciato.



Giuseppe Bongiorno, nuovo presidente di Federmobili Milano Lodi Monza e Brianza

**Conf
com**



**Federmobili
Milano Lodi Monza Brianza**

Eletto il nuovo Consiglio Direttivo

Ringrazio sinceramente il presidente uscente Marco Galbiati e i consiglieri del precedente mandato per lo straordinario lavoro svolto e per la collaborazione di questi cinque anni. Guardando al futuro, la nostra priorità sarà rafforzare ulteriormente il dialogo e la partecipazione attiva. Viviamo in un mercato in continua evoluzione: solo valorizzando la cultura d'impresa del nostro territorio e affrontando uniti le sfide quotidiane potremo creare vero valore per tutti i nostri associati". (FF)

Intelligenza artificiale | Tra coloro che già utilizzano o prevedono di utilizzare l'AI (55,3%), circa il 62% se ne avvale (o avvarrebbe) per la produzione di contenuti, il 50,4% per la traduzione o revisione dei testi e il 37% per lo sviluppo di nuovi prodotti o servizi.

Per quali attività o funzioni la sua impresa utilizza o progetta di utilizzare l'intelligenza artificiale?



ALTRE ATTIVITÀ	%
Gestione dei processi aziendali	31,3
Assistenza ai clienti	29,6
Personalizzazione dei servizi in base alle esigenze individuali dei clienti	28,8
Amministrazione aziendale	21,1
Formazione e sviluppo professionale	18,0
Gestione del rischio	17,1
Compliance	15,8
Sicurezza ICT	14,0
Identificazione delle tendenze di mercato e previsioni della domanda	7,2
Logistica	5,3
Rilevamento di frodi finanziarie	3,4
Ricerca del personale e matching domanda e offerta di lavoro	3,1
Altro	1,8

I dati d'aggiornamento dell'Osservatorio realizzato da Asseprim con Format Research

delle aziende del comparto, con analoghe prospettive in questo secondo semestre dell'anno. Inoltre, per un'impresa su due rimane stabile anche l'andamento dell'occupazione.

Cresce l'adozione dell'Intelligenza artificiale: il 55,3% delle imprese del comparto la sta utilizzando o prevede di utilizzarla nel prossimo futuro. Tra le imprese che già impiegano l'Intelligenza artificiale o che

intendono adottare strumenti di AI, gli ambiti di applicazione più frequenti sono la produzione di contenuti, la traduzione e revisione dei testi e lo

Nel primo semestre del 2026 le imprese dei servizi professionali hanno confermato una sostanziale tenuta nell'andamento della propria azienda e dei ricavi, pur in un contesto segnato dai tanti elementi di incertezza internazionale. In calo la fiducia sull'economia italiana: dal 39% al 34%. E sono cresciuti i timori sulla stabilità geopolitica: il 59% delle imprese ritiene che lo scenario internazionale possa incidere sull'andamento economico della propria attività (in aumento rispetto al 51,4% dello scorso semestre).

vi, pur in un contesto segnato dai tanti elementi di incertezza internazionale. In calo la fiducia sull'economia italiana: dal 39% al 34%. E sono cresciuti i timori sulla stabilità geopolitica: il 59% delle imprese ritiene che lo scenario internazionale possa incidere sull'andamento economico della propria attività (in aumento rispetto al 51,4% dello scorso semestre).

È quanto è emerso dai dati d'aggiornamento di Asseprim Focus, l'Osservatorio economico dei servizi professionali all'impresa realizzato da Asseprim (la Federazione dei servizi professionali per le imprese) con Format Research. Il sentiment sull'andamento economico della propria attività e sui ricavi indica stabilità rispettivamente per il 49% e il 47%

intendono adottare strumenti di AI, gli ambiti di applicazione più frequenti sono la produzione di contenuti, la traduzione e revisione dei testi e lo



Asseprim Focus Nei servizi professionali alle imprese stabili ricavi e occupazione Accelera l'adozione dell'Intelligenza artificiale



Umberto Bellini,
presidente Asseprim

sviluppo di nuovi prodotti o servizi.

Il percorso di adozione dell'AI, tuttavia, si accompagna a criticità e resistenze che le imprese considerano non marginali: più di nove operatori su dieci dichiarano di aver incontrato o di prevedere difficoltà nell'introduzione dell'Intelligenza artificiale, soprattutto con riferimento alla sicurezza dei dati, all'affidabilità dei risultati prodotti ed alla non piena conoscenza delle potenzialità e dei limiti di questo strumento.

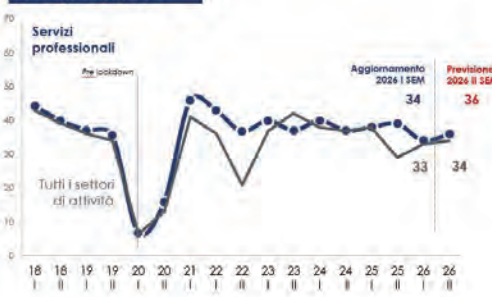
"I dati dell'Osservatorio confermano un quadro di sostanziale tenuta per le imprese dei servizi professionali, con segnali di equilibrio nella dinamica dei ricavi e dell'occupazione" ha dichiarato Umberto Bellini, presidente di Asseprim. "In uno scenario che resta complesso e influenzato da fattori esterni – prosegue Bellini – emerge la capacità del comparto di sapersi adattare e di continuare a investire sulla propria competitività. In questo percorso, l'innovazione tecnologica e l'Intelligenza artificiale rappresentano una leva importante che va accompagnata con attenzione, responsabilità e sviluppo delle competenze". (MS)

Fiducia economia italiana | Il sentiment di fiducia delle imprese del comparto sulla situazione economica italiana registra una flessione, con l'indice che scende a 34 e si allinea sostanzialmente al trend rilevato a livello nazionale (33). Le prospettive per il II semestre 2026 mostrano segnali di ripresa, con una previsione in lieve miglioramento (+2).

A suo giudizio la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...

ASSEPRIM					ITALIA	
MESE	OTTIMO	BUONO	PRECOLO	INDICE	INDICE	
22 I	28%	30%	42%	43	34	
22 II	29%	28%	43%	37	31	
23 I	25%	30%	45%	40	37	
23 II	21%	32%	46%	37	42	
24 I	14%	33%	53%	40	38	
24 II	10%	33%	57%	37	37	
25 I	11%	34%	55%	38	36	
25 II	10%	34%	56%	39	34	
26 I	9%	30%	61%	34	33	
26 II				34	34	

Serie Storica SALDO



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



**ENTE MUTUO
REGIONALE**
ASSISTENZA SANITARIA



**SENZA
ATTESE**



**UN RISPARMIO
SIGNIFICATIVO
SULLE SPESE SANITARIE**



**ASSISTENZA
24/7**



**DETRAIBILITÀ
FISCALE**



**NETWORK
CAPILLARE**

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



**ENTE MUTUO
REGIONALE**
ASSISTENZA SANITARIA



**Conf
com**



Confcommercio



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**

