

POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - AUT. N. 1/1174/LO/NO/181/2022 - STAMPE IN REGIME LIBERO



**LO SHOPPING A COMO:
TREND, PROFILI E
OPPORTUNITÀ**

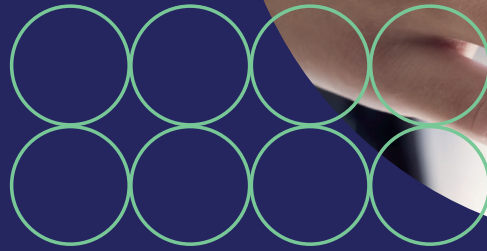
Il Fano

MAGGIO 2026 ANNO 67 N. 5

Dal 1960

SEAC

INFORMAZIONE COMMERCIALE



Tutta la nostra esperienza per affiancarti nella **crescita** del tuo business



SOFTWARE



EDITORIA &
KNOWLEDGE
BASE



FORMAZIONE



ICT



SERVIZI B2B

Il mondo cambia velocemente.

Affidati a noi, siamo specializzati in **innovazione**



VISITA
SEAC.IT



Il Faro

PERIODICO MENSILE DI CONFCOMMERCIO
COMO

DIRETTORE RESPONSABILE

Graziano Monetti

COORDINAMENTO REDAZIONE

Jessica Mari

IMPAGINAZIONE GRAFICA

Elisa Licari, Laura Trinca

EDITORE

Confcommercio Como

22100 Como - Via Ballarini, 12 - Tel. 0312441

info@confcommerciodocoma.it

QUESTO NUMERO È STATO CHIUSO IL: 30 aprile 2026

LE NOSTRE SEDI SUL TERRITORIO

Como, Bulgarograsso, Cantù, Erba, Mariano Comense, Menaggio
e su appuntamento Bellagio, Centro Valle Intelvi, Gravedona ed
Uniti, Lomazzo, Mozzate, Olgiate C.sco, Porlezza

TEL. 031/2441

EMAIL: INFO@CONFCOMMERCIOCOMO.IT

Autorizzazione Tribunale di Como n.5/2019 del 24/06/2019
Registro Operatori di Comunicazione n. 33075Stampa: Nova Arti Grafiche srl - Via Cavalcanti 9 50058 Signa
(FI)

Tutela della riservatezza dei dati personali

I dati personali dei destinatari de "Il Faro" sono trattati in conformità con il Regolamento UE 679/2016 GDPR e utilizzati per le finalità direttamente connesse e strumentali all'erogazione del servizio. In qualsiasi momento è possibile richiedere la modifica, l'aggiornamento o la cancellazione di tali dati scrivendo a: Confcommercio Como - 031 2441 - info@confcommerciodocoma.it

Alcuni contenuti possono essere integrati con l'ausilio di strumenti di IA e verificati dalla redazione

IL FARO È ANCHE ONLINE!
www.confcommerciodocoma.it

PER LA STAMPA SONO STATI USATI INCHIOSTRI CON SOLVENTI A BASE VEGETALE

Associato Unione Stampa
Periodica Italiana

di Graziano Monetti

COMMERCIO DI VICINATO, SEMPRE PIU' NECESSARIO

I numeri sono spesso noiosi e a volte fuorvianti, se mal interpretati, però riescono a "fotografare" con discreta precisione la situazione e forniscono spunti per avviare progettualità.

Global Blue - nota azienda leader mondiale nei servizi di Tax Free Shopping - ha recentemente fornito un'interessante analisi sull'andamento della spesa turistica internazionale sul territorio della provincia di Como. L'analisi, della quale abbiamo pubblicato su questo numero gli elementi di maggior interesse che Global Blue, che ringraziamo, ci ha fornito, è stata presentata a fine marzo nella splendida cornice dell'Hotel Palace sul lungolago del Capoluogo alla presenza di numerosi commercianti e operatori del settore turistico. All'evento eravamo presenti anche noi e l'occasione è stata propizia per ribadire l'importanza che il commercio di vicinato riveste anche in correlazione alla domanda crescente del turismo sul nostro territorio. Infatti, dall'analisi dei dati Analytics che Confcommercio Como elabora periodicamente, emerge che durante la scorsa stagione estiva e solamente per la città murata di Como, la zona Stadio e la stazione FS San Giovanni, ben 15.5 milioni sono state le visite (ogni passaggio viene conteggiato come nuovo a differenza dei visitatori che vengono rilevati una sola volta anche se i passaggi sono stati più di uno, ndr.) di cui 10 milioni e ottocentomila italiani e 4 milioni e ottocentomila stranieri il 2% dei quali provenienti dall'Aeroporto della Malpensa.

Numeri impressionanti che fanno capire la dimensione del fenomeno per un piccolo centro storico cittadino come quello di Como. Per questo Confcommercio Como lavora attivamente in tutti e dodici i Distretti del Commercio presenti in provincia impegnandosi, in primis, per contrastare il fenomeno della desertificazione commerciale perché il commercio di vicinato rappresenta sempre di più una necessità per la sopravvivenza vitale dei nostri luoghi, per il valore sociale che restituisce alle Comunità e per soddisfare la domanda dei tantissimi turisti che transitano sul territorio lariano.

CARTELLONISTICA OBBLIGATORIA

IL TUO LOCALE IN REGOLA, SENZA SANZIONI

Disponibili presso gli uffici i cartelli obbligatori

Vietato fumare

Orari di apertura e chiusura

Caffè al banco

Listino prezzi

Cartello allergeni

Elenco delle bevande
alcoliche

Tabelle rischi alcolemici

Divieto somministrazione
alcolici

Estratto Testo Unico di
Pubblica Sicurezza (TULPS)

Wi-Fi

Area videosorvegliata

Gioco d'azzardo

✓ Chiari e leggibili ✓ Conformi alla norma ✓ Multilingue

CONTATTACI PER UN CHECK UP GRATUITO

031 244 1 • info@confcommerciocomo.it • www.confcommerciocomo.it



INTERVISTA AL PRESIDENTE DEL GRUPPO MODA MARCO CASSINA



Marco Cassina

Nel contesto economico attuale, il settore moda rappresenta una delle realtà più dinamiche ma anche più sfidanti per il commercio locale. Anche sul nostro territorio, tra tradizione, turismo e nuove abitudini di consumo, i negozianti sono chiamati

a reinventarsi per restare competitivi. Abbiamo intervistato il presidente del Gruppo Moda Marco Cassina per approfondire le principali criticità, le opportunità legate al digitale e le iniziative messe in campo a supporto delle imprese del territorio.

Quali sono oggi le principali sfide per i commercianti del settore moda nel territorio comasco?

Oggi i commercianti del settore moda si trovano ad affrontare sfide complesse e in continua evoluzione. Le abitudini di spesa sono profondamente cambiate e i canali distributivi sono aumentati creando opportunità come l'e-commerce ma anche tanta confusione. Allo stesso tempo il potere d'acquisto di individui e famiglie è calato e il mercato invaso di merce prodotta in paesi a basso costo e con sfruttamento del lavoro. Il turismo offre interessanti opportunità di poter intercettare clienti e offrire acquisti in esenzione di IVA (per chi ne ha diritto), i clienti sono sempre più alla ricerca di prodotti con un rapporto qualità prezzo adeguato, ancor meglio se non presenti sul mass market ma di origine artigianale e locale.

Quanto è importante oggi la presenza online per i negozi di moda?

La presenza online è diventata imprescindibile. Non si tratta più solo di vendere attraverso un e-commerce, ma di essere visibili, riconoscibili e in grado di dialogare con i clienti attraverso i canali digitali. I social media, ad esempio, rappresentano una vetrina fondamentale, ancor di più se diventano luogo di racconto proprio e di contenuti non generalizzati.

Anche per le realtà più piccole, avere una strategia digitale efficace significa restare competitivi e attrarre nuove fasce di clientela.

Ci sono iniziative di supporto o formazione promosse da Confcommercio?

Sì, come Confcommercio Como siamo costantemente impegnati nel supportare i nostri associati attraverso percorsi di formazione, consulenza e aggiornamento. Organizziamo incontri e workshop su tematiche fondamentali come la digitalizzazione, il visual merchandising e le strategie di vendita. Inoltre, promuoviamo iniziative sul territorio per valorizzare il commercio locale e creare sinergie tra gli operatori. L'obiettivo è fornire strumenti concreti per affrontare il mercato con maggiore consapevolezza e competitività.



FIMAA COMO

PRESENTATO IL BORSINO IMMOBILIARE 2026, FOCUS SU TREND E PROSPETTIVE DEL MERCATO LOCALE

Si è svolto giovedì 9 aprile, presso l'auditorium del Pontificio Collegio Gallio, l'atteso evento di presentazione del Borsino Immobiliare della città di Como e provincia. L'appuntamento, giunto alla trentatreesima edizione, si conferma come uno dei momenti più rilevanti per gli operatori del settore immobiliare del territorio comasco, con una partecipazione che anche quest'anno ha superato le 280 persone.

Dopo i saluti istituzionali del Presidente di Confcommercio Como, **Giovanni Ciceri**, dell'Assessore a Università, Ricerca e Innovazione di Regione Lombardia, **Alessandro Fermi**, e del Presidente di FIMAA Como, **Mirko Bargolini**, è stata svelata l'opera di copertina del Borsino. La presentazione è stata curata dal Vicepresidente di FIMAA Como, **Davide Carnevali**, insieme alla Dirigente scolastica **Anna Proserpio**. L'opera è stata selezionata tra quelle realizzate dagli studenti delle classi quarta e quinta del Liceo Artistico Fausto Melotti, a testimonianza del forte legame tra il Borsino e il territorio.

Momento centrale dell'evento è stato il convegno, dedicato al tema "Il mercato immobiliare comasco: focus e tendenze", che ha visto la partecipazione del professor **Stefano Stanzani**, dell'Università di Bologna, e del Direttore responsabile del Borsino Immobiliare, **Claudio Zanetti**. I relatori, moderati da **Samuele Brenna**, hanno offerto un'analisi aggiornata sull'andamento del mercato locale e nazionale, sul numero delle compravendite, sull'andamento dei prezzi e sulle previsioni per l'anno in corso.

Il pubblico, particolarmente numeroso, è stato coinvolto attivamente attraverso un sistema interattivo che ha permesso di rispondere in tempo reale alle domande poi sottoposte ai relatori: una sorta di "televoto" che ha rappresentato una novità

apprezzata rispetto al format degli anni precedenti.

Tra gli interventi, anche quello di **Marco Mangano**, Branch Manager di Credipass a Como, che ha approfondito l'andamento del mercato del credito e le dinamiche di accesso ai mutui.

L'incontro si è concluso con la distribuzione della nuova edizione del Borsino Immobiliare, uno strumento di riferimento per la valutazione degli immobili in città e provincia, utile sia per gli addetti ai lavori sia per i privati.

L'evento ha rappresentato un'importante occasione di confronto sulle prospettive del mercato immobiliare comasco, oggi caratterizzato da nuove sfide legate all'accessibilità economica e all'evoluzione della domanda abitativa. Un appuntamento che, anno dopo anno, continua a consolidare il proprio ruolo come punto di riferimento per l'intero comparto. •



Il Presidente Fimaa Como Mirko Bargolini

I PRIMI TRE METRI CHE FANNO LA DIFFERENZA LE BUSSOLE: IL NEUROMARKETING NEL NEGOZIO

Nel commercio al dettaglio, spesso si pensa che il successo di un negozio dipenda da prodotto, prezzo o promozioni. In realtà, la vera differenza la fanno i primi tre metri all'ingresso: è qui che il cliente decide, inconsciamente, se proseguire o uscire. Appena entra, il cliente non è pronto a ricevere stimoli commerciali. Il suo cervello valuta in pochi secondi sicurezza, chiarezza e sforzo mentale richiesto. Se percepisce confusione o saturazione, entra in modalità difensiva e la visita si interrompe prima ancora che il prodotto abbia una chance. Per questo, la cosiddetta "zona di decompressione" è fondamentale: uno spazio libero da stimoli eccessivi, che permette al cliente di rallentare e orientarsi. Riempire l'ingresso di espositori e promozioni è controproducente: non stimola l'acquisto, ma lo blocca. Quando le vendite calano, la tentazione è aggiungere prodotto e promozioni. In realtà, questo spesso genera saturazione cognitiva: il cliente si stanca, esaurisce la sua energia mentale e abbandona il negozio senza acquistare. La soluzione? Togliere, non aggiungere: ridurre la densità, eliminare messaggi duplicati e rendere lo spazio leggibile.

Gli errori più comuni

- Ingresso trattato come vetrina interna: troppi prodotti e promozioni creano overload.

- Ingresso-corridoio: accelera il flusso e spinge il cliente fuori.

- Ingresso-manifesto: troppi messaggi e grafica dominante generano fatica mentale.

La regola d'oro: l'ingresso non deve vendere, ma accogliere. Pochi messaggi, pochi colori, una direzione chiara. Se i messaggi sono troppi, il cervello si difende.

Checklist d'ingresso in 30 secondi

- Ci sono meno stimoli che fuori?

- Posso fermarmi senza bloccare il flusso?

- Capisco subito dove andare?

- Non mi viene chiesto di scegliere nulla?

- Vedo una direzione chiara, non un muro di prodotto?

- Lo spazio è respirabile?

- L'ingresso accoglie o sta già vendendo?

Conclusioni

I primi tre metri sono la leva più potente (e sottovalutata) per il successo di un negozio. Spesso, per migliorare le performance, basta togliere, non aggiungere. Investire in un ingresso accogliente è una scelta strategica, non un lusso. •

**SEI UN ASSOCIATO CONFCOMMERCIO COMO?
REGISTRATI CON LA TUA TESSERA SUL SITO
WWW.ASSOCIATI.CONFCOMMERCIO.IT
E SCARICA GRATUITAMENTE I MANUALI**



SILANDRO CAPITALE EUROPEA DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Silandro, comune dell'Alto Adige di poco più di 6000 abitanti, ha vinto il primo premio della prima edizione del concorso "Capitale europea del commercio", nella categoria "Vanguard", piccole città con meno di 50mila abitanti. L'iniziativa dell'Unione europea, promossa dal Parlamento europeo e attuata dalla Commissione è nata per sottolineare il ruolo fondamentale dei piccoli negozianti nel rivitalizzare i centri urbani e valorizzare le città che hanno fatto del commercio locale un pilastro della loro identità urbana. Silandro è stata premiata a Bruxelles, superando la città spagnola di Silla e quella croata di Markarska, per il ruolo fondamentale che

i piccoli negozi svolgono nella vita quotidiana della città. Il centro storico di Silandro riunisce negozi e servizi pubblici in modo da mantenere l'area vivace e accogliente durante tutto il giorno. Molto apprezzato dalla giuria è stato l'approccio collaborativo di Silandro, in cui commercianti, organizzazioni locali e amministrazione comunale lavorano insieme per mantenere il commercio visibile e radicato nella comunità. Ci congratuliamo con il paese vincitore nella speranza che possa essere di stimolo per altre realtà italiane che riconoscono al piccolo commercio un'indispensabile importanza civica all'interno dei centri urbani. •

FONDO PER IL SOSTEGNO ALLE IMPRESE DEL TURISMO

Sono stati stabiliti i criteri e le modalità per l'erogazione delle risorse destinate a potenziare il comparto turistico nazionale. Gli obiettivi centrali sono declinati secondo le seguenti direttrici: destagionalizzazione, digitalizzazione, sostenibilità ESG e rafforzamento delle filiere. La dotazione finanziaria complessiva ammonta a 109 ml di euro, dei quali una quota è destinata al contributo a fondo perduto e copre fino al 30% delle spese ammissibili con tetto massimo di 4,5 ml di euro e, l'altra, al finanziamento agevolato a copertura nel limite massimo del 70% delle spese ammissibili. I soggetti beneficiari possono essere così suddivisi: alloggio – ristorazione – servizi turistici e tempo libero. L'investimento ha come soglia minima 1 ml di euro sino ad un massimo di 15 ml di euro, mentre le spese ammissibili sono suddivise in quattro macro aree: efficienza energetica e tutela ambientale; digitalizzazione; riqualificazione strutturale; innovazione e servizi. I progetti devono essere ultimati entro 18 mesi dalla data di concessione e, comunque, non oltre il 30 settembre 2028. Le domande sono soggette ad una valutazione di merito basata su punteggi tecnici, economici e di pertinenza. L'iter di erogazione, infine, prevede: un'anticipazione pari al 30% del contributo, garantita da fidejussione; SAL intermedi, basati su stati di avanzamento lavori e riferiti a spese effettivamente sostenute e quietanzate, tali pagamenti sono concessi solo fino al raggiungimento dell'80% del totale dell'agevolazione concessa; il restante 20% viene erogato a seguito della rendicontazione finale e del collaudo dei lavori.

RIFINANZIAMENTO NUOVA SABATINI

La Legge di Bilancio 2026 ha rifinanziato la Nuova Sabatini con 650 milioni per il 2026-2027, garantendo continuità al sostegno degli investimenti delle PMI.

L'agevolazione prevede contributi su finanziamenti bancari per:

- acquisto o leasing di beni strumentali (macchinari, impianti, attrezzature, hardware, software);
- investimenti 4.0 (tecnologie digitali come big data, cloud, cybersecurity, robotica, RFID);
- investimenti green (beni produttivi a basso impatto ambientale).

INAIL – BANDO ISI 2025

Il Bando INAIL ISI 2025/2026 mette a disposizione 600 milioni di euro in finanziamenti a fondo perduto fino a 130.000 euro per migliorare la sicurezza sul lavoro. La principale novità è il cosiddetto intervento aggiuntivo, ovvero un bonus fino a 20.000 euro, finanziato all'80% per progetti complementari come fotovoltaico su bonifiche amianto o DPI – dispositivi di protezione intelligenti. Lo sportello si è aperto il 13 aprile 2026 e chiuderà il 28 maggio 2026. Ricordiamo che sono finanziabili le seguenti tipologie di progetto principale suddivise in 5 assi di finanziamento: progetti per la riduzione dei rischi tecnopatici; progetti per l'adozione di modelli organizzativi e di responsabilità sociale; progetti per la riduzione dei rischi infortunistici; progetti di bonifica da materiali contenenti amianto; progetti per MPMI operanti in specifici settori di attività o nella produzione primaria dei prodotti agricoli. Trattasi di un'agevolazione a fondo perduto, calcolata sulle spese sostenute al netto dell'IVA. L'ammontare del finanziamento è compreso tra un importo minimo di 5.000,00 euro e un importo massimo di 130.000,00 euro; non è previsto limite minimo per le imprese con meno di 50 dipendenti richiedenti un finanziamento per l'adozione di modelli organizzativi e di responsabilità sociale.

SOSTEGNO ALLE MPMI PER L'ADOZIONE CONSAPEVOLE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Confcommercio Como sostiene l'iniziativa della Camera di Commercio Como Lecco pensata per favorire l'integrazione e l'uso consapevole dell'intelligenza artificiale. Destinatari micro, piccole e medie imprese (MPMI) che hanno sede legale e/o operativa iscritta e attiva al Registro Imprese di Como - Lecco. Il bando finanzia un servizio di consulenza coordinato da un partner tecnologico/erogatore di servizi, attraverso un percorso che prevede la valutazione dello stato digitale attuale, la redazione di progetto per ottimizzare i processi aziendali, l'analisi della Governance, del Rischio e della Conformità, il rilascio di uno studio di fattibilità e roadmap operativa. L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto a parziale copertura delle spese sostenute, così previste: fino a 15 dipendenti: costo totale € 4.000,00 + Iva; fino a 30 dipendenti: costo totale € 6.000,00 + Iva; oltre 30 dipendenti: costo totale € 12.000,00 + Iva di cui 70% a carico Camera di Commercio, 15 % a carico di Confcommercio Como (solo per le aziende associate), 15% a carico dell'azienda. Le domande potranno essere inviate fino al 31 dicembre 2026.



GARANZIA AI TUOI PROGETTI.

Via Ballarini, 12
22100 Como
Tel. 031.300.315
Fax 031.300.434
info@fidicomtur.it
www.fidicomtur.it
www.asconfidilombardia.it



RAPPORTO LOMBARDIA 2025: INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA SOSTENIBILITÀ

Fonte: Polis Lombardia

Il rapporto sottolinea la necessità di formazione continua e di strategie di gestione per trasformare l'IA in un acceleratore di sviluppo sostenibile, evitando al contempo l'acuirsi di divari economici e sociali. Ecco i punti chiave della sintesi:

- IA e Sostenibilità: il rapporto esplora l'IA come strumento per ottimizzare risorse, migliorare la salute, personalizzare l'apprendimento e ridurre gli sprechi.
- Innovazione e Smart Region: la Lombardia mira a consolidarsi come Smart Region, attirando talenti e investendo in ricerca e innovazione.
- Dinamiche Economiche (2025): la manifattura lombarda cresce nel terzo trimestre 2025 con aumenti di produzione, export e fatturato. Il PIL regionale mostra segnali di crescita (+1,6% in alcune stime del 2025).
- Demografia e Lavoro: a inizio 2025 si contano 1,23 milioni di stranieri (12,3% dei residenti), con una crescita netta nel 2024. Il tasso di disoccupazione ha toccato il 2,7%, il valore più basso della serie storica a fine 2025.
- Società e Famiglie: l'istruzione diventa un "bene di lusso", con il 60% delle famiglie che dichiara un aumento delle spese scolastiche.
- Focus Strategici: il rapporto sottolinea la necessità di formazione continua e di una gestione etica dell'IA per evitare divari sociali ed economici.

La quinta indagine di Confcommercio Lombardia sul tema evidenzia che quasi nove imprese su dieci hanno realizzato investimenti in questa direzione nell'ultimo triennio: il 62% prevede di farne nei prossimi due anni e sei imprese su dieci hanno modificato il proprio modello di business. Imprese che, nel tempo, si sono spinte oltre un concetto esclusivamente ambientale di sostenibilità, con il 39% che adotta politiche di welfare verso i propri dipendenti.

Anche nei comparti rappresentati da Confcommercio Lombardia la sostenibilità può essere sostenuta dall'intelligenza artificiale che, entro la fine del 2026, sarà utilizzata dall'ampia maggioranza delle imprese del terziario lombardo (*dati di un'indagine di Confcommercio Lombardia in collaborazione con Format Research*).

VENDITE ONLINE E DIRITTO DI RECESSO

Dal 19 giugno 2026 entrano in vigore le disposizioni sui contratti a distanza conclusi mediante un'interfaccia online introdotte all'art. 54bis del Codice del Consumo (D.Lgs. 206/2005) dal Decreto Legislativo n. 209 del 2025. Le nuove disposizioni incidono direttamente sulla gestione degli e-commerce disciplinando in modo più stringente l'esercizio del diritto di recesso per i contratti conclusi online: il sito di e-commerce deve prevedere un pulsante esplicitamente identificabile, sempre accessibile e disponibile per tutto il periodo utile al recesso (di norma 14 giorni) con diciture come: "Recedere dal contratto qui" (o equivalente inequivocabile). La funzione deve consentire al consumatore di inserire in modo agevole: il proprio nome; i riferimenti dell'ordine; un contatto per ricevere conferma. Il processo deve prevedere un passaggio finale di conferma (es. pulsante "Conferma recesso"), anch'esso chiaro e non ambiguo. Una volta confermata la richiesta, il professionista è tenuto a inviare senza ritardo una comunicazione di ricezione del recesso (es. via email), contenente i dati della richiesta e la data e l'ora di invio. Il recesso si considera esercitato nei termini se la richiesta viene inviata dal consumatore entro il periodo previsto. Si suggerisce alle imprese del dettaglio moda che vendono anche online di verificare tempestivamente la conformità dei propri strumenti. Per qualsiasi informazione: 0312441 – info@confcommerciocomo.it (Rif. Jessica Mari).

MODA: UTILE CONVENZIONE CON BANCA SELLA

Per gli Associati del settore moda è attiva per tutto il 2026 la convenzione con Banca Sella con esclusive tariffe per i pagamenti elettronici con Pagobancomat e Carta di Credito. Per rendere più semplice e fruibile la convenzione, da quest'anno è stata introdotta una nuova procedura per l'adesione alla convenzione. Gli Associati possono segnalare autonomamente la volontà di adesione unitamente al proprio numero di tessera Associativa attraverso le seguenti modalità di contatto: Telefono Numero Verde 800.295571, Sito Internet <https://www.sella.it/banca-online/aziende/innovazione-e-pagamenti/pos.jsp>, Succursali Banca Sella. Per qualsiasi modalità di contatto è fondamentale fare esplicito riferimento alla "Offerta Servizio Acquiring e locazione POS per gli affiliati di Federazione Moda Italia" e indicare il numero di tessera Associativa alla Confcommercio territoriale.

AGENZIE DI VIAGGIO

NUOVA RITENUTA SULLE PROVVIGIONI

Dal primo maggio entra in vigore una rilevante novità normativa riguardante il settore turistico. In particolare, anche le agenzie di viaggio e turismo saranno soggette all'applicazione della ritenuta sulle provvigioni, finora escluse da tale obbligo. La ritenuta si applicherà a tutte le provvigioni percepite nell'ambito di rapporti di commissione, agenzia, mediazione, rappresentanza di commercio e procacciamento d'affari, comprese quelle derivanti dalla vendita di servizi turistici anche tramite piattaforme online. La ritenuta sarà pari al 23% calcolato:

- sul 50% delle provvigioni (ritenuta effettiva 11,5%);
- sul 20% delle provvigioni (ritenuta effettiva 4,6%) in caso di utilizzo continuativo di dipendenti o collaboratori, previa apposita comunicazione.

Adempimenti operativi

- La ritenuta deve essere effettuata al momento del pagamento delle provvigioni;
- Il versamento va eseguito entro il giorno 16 del mese successivo tramite modello F24 (codice tributo 1040);
- È obbligatorio il rilascio della Certificazione Unica e la relativa trasmissione all'Agenzia delle Entrate.

Invitiamo pertanto a verificare tempestivamente la propria posizione e ad adeguare i processi amministrativi e contabili alle nuove disposizioni.

I nostri uffici restano a disposizione per ogni chiarimento e supporto operativo: 0312441 – fiscale@confcommerciocomo.it (Rif. Antonio Giannetto). •

GUIDE TURISTICHE

CARICAMENTO ATTESTATI DI FORMAZIONE SUL SITO DEL MINTUR

Sul sito del Ministero del Turismo è ora possibile caricare gli attestati di partecipazione ai corsi di aggiornamento e di specializzazione ottenuti dalle guide turistiche al fine dell'assolvimento dell'obbligo formativo triennale di 50 ore previsto dalla normativa vigente.

Questa la procedura:

1. entrate nel vostro "profilo guida" con il vostro SPID, cliccando sul seguente link: <https://portaleprofessioni.ministeroturismo.gov.it/tour-guides>
2. in fondo al vostro profilo personale trovate la sezione "STRUMENTI"; cliccate sull'icona "Specializzazioni e aggiornamenti professionali - aggiorna i tuoi corsi di specializzazione e aggiornamento professionale"
3. dall'elenco a tendina selezionate l'Ente erogatore del Corso
4. dalla lista che comparirà, selezionate il Corso specifico
5. selezionate il numero di ore di frequenza effettiva del corso da voi conseguite
6. caricate l'attestato in formato PDF inviatovi dall'Ente formatore
7. cliccate su "AGGIORNA" ed attendete alcuni secondi.

Il contatore delle ore obbligatorie dovrebbe aggiornarsi sottraendo da 50 il numero di ore conseguite.

Gli uffici rimangono a disposizione per qualsiasi ulteriore informazione: 0312441 – info@confcommerciocomo.it (Rif. Jessica Mari). •

ATTIVITA' RICETTIVE

BOOKING.COM RUBATI ALCUNI DATI DEGLI UTENTI

Come noto Booking.com ha subito una violazione dei dati in cui gli hacker hanno rubato informazioni sui clienti, inclusi i dettagli delle prenotazioni. alcuni utenti hanno segnalato di aver ricevuto email da Booking.com che li avvertivano che «terze parti non autorizzate potrebbero aver avuto accesso ad alcune informazioni di prenotazione associate alla vostra prenotazione».

Le contromisure di Booking.com

Booking.com ha ora generato nuovi Pin per le prenotazioni dei clienti per impedire agli hacker di accedervi. •

L'azienda ha inoltre chiarito che nessun indirizzo degli utenti è stato compromesso, suggerendo invece che siano state violate le informazioni relative agli indirizzi delle strutture ricettive.

Tuttavia, l'incidente rischia di esporre i clienti interessati a potenziali truffe di phishing. Alcuni utenti hanno già segnalato di aver ricevuto messaggi fraudolenti su WhatsApp relativi alle loro prenotazioni. •



SAVE THE DATE
12 MAGGIO ORE 14.00
INCONTRO CON BOOKING.COM
VIA BALLARINI 12 - COMO



LO SHOPPER INTERNAZIONALE A COMO: TREND, PROFILI E OPPORTUNITÀ

Como si conferma una delle mete più dinamiche per lo shopping internazionale in Italia, con una crescita della spesa Tax Free che supera sia la media nazionale sia quella di Milano. Secondo i dati più recenti, dal 2019 al 2025 la spesa Tax Free a Como è aumentata del 50%, contro il +20% di Milano e il +21% dell'Italia nel suo complesso. Un trend che posiziona la città lariana come primo hub Tax Free della Lombardia dopo il capoluogo.

Il profilo dello shopper internazionale a Como è variegato, ma si distingue per due grandi categorie: gli svizzeri e gli extra-UE (esclusa la Svizzera). Gli svizzeri rappresentano la fetta più consistente, ma sono gli extra-UE – in particolare americani, cittadini dei Paesi del Golfo e turchi – a trainare la crescita, con una spesa in aumento dell'11% nell'ultimo anno.

Lo shopper svizzero: abitudini e potenzialità

Lo shopper svizzero a Como concentra il 67% della propria spesa nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO), con quasi la metà che acquista esclusivamente in questo canale. Tuttavia, nel solo mercato retail, lo svizzero vale ancora un terzo della spesa Tax Free della città. Milano e Como sono le due principali destinazioni italiane per lo shopping retail degli svizzeri: il 66% di chi



Lo shopper internazionale a Como

Global Blue
BY SHIFT®

acquisto in entrambe le città concentra però la spesa esclusivamente a Milano, segno di un potenziale ancora inespresso per Como.

Dal punto di vista demografico, a Como prevalgono shopper over 44, ma la crescita più significativa è guidata dalla Generazione Z, che acquista a un ritmo superiore rispetto a Milano. Gli svizzeri altospendenti (oltre 3.000 euro di spesa annua) rappresentano il 28% del totale, con una propensione crescente verso il segmento lusso, che a Como cresce dell'11% contro il calo registrato a Milano.

Le categorie preferite dagli svizzeri sono l'abbigliamento e le calzature, mentre a Milano dominano borse e orologi/gioielli. Il segmento premium e lifestyle resta comunque rilevante, ma è il lusso a mostrare i segnali di crescita più interessanti.

Lo shopper extra-UE: giovani, altospendenti e amanti del lusso

Gli shopper extra-UE sono il vero motore della crescita a Como. Americani, cittadini dei Paesi del Golfo, turchi e latinoamericani sono i protagonisti di una spesa in forte aumento, con una presenza di altospendenti superiore a quella degli svizzeri (36% contro 28%) e un impatto sulla spesa ancora più marcato (66% contro 45%).

Domanda turistica: Como sempre più internazionale

La domanda turistica nell'area di Como e Bellagio è in costante crescita, trainata soprattutto dagli americani, che rappresentano il 35% delle ricerche di soggiorno per il periodo marzo-agosto 2026. Seguono Regno Unito,

Germania e Svizzera. La permanenza media degli ospiti internazionali si attesta tra i 2,8 e i 4,1 giorni, con una prevalenza di coppie, ma Como si conferma attrattiva anche per famiglie e gruppi.

Strategie e opportunità: il ruolo di Global Blue

Per intercettare e fidelizzare questi flussi, Como può contare su strumenti innovativi come quelli messi a disposizione da Global Blue. Lo shopper svizzero, ad esempio, può risparmiare fino al 100% dell'IVA e beneficiare di vantaggi esclusivi come l'assenza di commissioni sul rimborso in contanti e la validazione rapida tramite kiosk, che consente di risparmiare fino al 40% del tempo rispetto ai metodi tradizionali.

La promozione della destinazione passa anche attraverso una comunicazione mirata: sito web dedicato, materiali in store, campagne mail e notifiche push su app, con la possibilità di profilare i target sulla base dei reali comportamenti d'acquisto. Il database Global Blue consente inoltre di raggiungere oltre 9 milioni di shopper internazionali, con particolare attenzione alle principali nazionalità extra-UE.

Conclusioni

Como si conferma una destinazione strategica per lo shopping internazionale, con margini di crescita ancora ampi sia sul fronte svizzero sia su quello extra-UE. Investire su servizi innovativi, comunicazione mirata e valorizzazione del segmento lusso rappresenta la chiave per attrarre nuovi flussi e consolidare il ruolo della città come hub di riferimento per lo shopping Tax Free in Italia.



NUOVA DISCIPLINA SULLE RECENSIONI ONLINE

A decorrere dal 7 aprile, è entrata in vigore la Legge annuale sulle PMI (Legge n. 34/2026), che introduce per la prima volta nel nostro ordinamento una disciplina specifica volta a contrastare il fenomeno delle false recensioni online.

Si tratta di un importante risultato, che giunge al termine di un lungo percorso legislativo durante il quale la Fipe si è attivamente impegnata per promuovere maggiore trasparenza, tutela dei consumatori e condizioni di concorrenza leale nel mercato digitale.

La nuova normativa stabilisce criteri chiari per distinguere le recensioni lecite da quelle illecite. In particolare:

- le recensioni devono essere pubblicate entro 30 giorni dall'esperienza;
- devono essere collegate a un'effettiva fruizione del prodotto o servizio;
- devono riferirsi a esperienze realmente vissute;
- non devono essere influenzate da incentivi, sconti o benefici;
- viene valorizzata la presenza di una prova d'acquisto, che rafforza l'attendibilità della recensione;
- una recensione perde rilevanza ai fini dell'affidabilità con il trascorrere del tempo (oltre i 2 anni).



Il Presidente Giovanni Ciceri

“ LA DIFFUSIONE INCONTROLLATA DI RECENSIONI NON AUTENTICHE HA AVUTO NEGLI ANNI UN IMPATTO SIGNIFICATIVO SULLE IMPRESE, IN PARTICOLARE NEI SETTORI DELLA RICETTIVITÀ E DELLA RISTORAZIONE, DOVE LE OPINIONI ONLINE INFLUENZANO IN MODO DETERMINANTE LE SCELTE DEI CONSUMATORI - HA DICHIARATO IL PRESIDENTE DI CONFCOMMERCIO COMO GIOVANNI CICERI - CON QUESTA LEGGE SI COLMA FINALMENTE UN VUOTO NORMATIVO, FORNENDO CRITERI CHIARI PER DISTINGUERE LE RECENSIONI GENUINE DA QUELLE INGANNEVOLI ”

COSA DEVONO SAPERE GLI ESERCENTI

Ho ricevuto una recensione falsa, cosa devo fare?

Puoi segnalare alla piattaforma e/o motore di ricerca online le recensioni che non rispettano i requisiti di liceità per richiederne la rimozione. La segnalazione deve essere effettuata per via elettronica, di norma tramite un link o una sezione dedicata presenti sulle pagine web.

Quali sono i criteri per capire se una recensione è lecita?

Una recensione è considerata lecita se:

- è rilasciata entro 30 giorni dalla fruizione del servizio o dall'acquisto del prodotto e proviene da chi ha realmente utilizzato il servizio;
- è pertinente e, quindi, riguarda specificamente il prodotto o le caratteristiche della struttura;
- è genuina e, quindi, non deriva da sconti, vantaggi o altre promesse dall'impresa o da terzi.

La recensione accompagnata da documentazione fiscale, come uno scontrino, si presume autentica. Infine, una recensione perde la liceità per mancanza di attualità se pubblicata oltre due anni dalla fruizione del servizio.

Quando una recensione è considerata come verificata?

Una recensione è considerata come verificata quando la piattaforma accerta che questa proviene da una persona fisica che abbia effettivamente utilizzato il servizio o la prestazione.

Cosa deve contenere la segnalazione per la richiesta di rimozione?

La segnalazione, inviata per via elettronica alle piattaforme/motori di ricerca online deve includere: una motivazione chiara delle ragioni per cui il contenuto è ritenuto illecito; l'URL esatto della recensione e ogni elemento utile a identificarla; il nome e l'indirizzo email della persona o dell'ente che presenta la segnalazione; una dichiarazione di buona fede, che attesti l'esattezza e la completezza delle informazioni e delle dichiarazioni contenute nella segnalazione. **La piattaforma è tenuta a mettere a disposizione un link sulla propria pagina web attraverso il quale effettuare questa segnalazione.**

La segnalazione comporta automaticamente la cancellazione?

No, la richiesta di rimozione non comporta un'automatica cancellazione del contenuto. Spetta infatti al prestatore di servizi intermediari valutare, caso per caso, se la segnalazione, sulla base di quanto rappresentato, soddisfa i presupposti per l'intervento richiesto.



Quanto tempo devo aspettare per ricevere una risposta sulla richiesta di rimozione?

Il Digital Service Act stabilisce che la piattaforma deve esaminare la segnalazione in modo tempestivo e rispondere senza indebiti ritardi, indicando anche eventuali possibilità di ricorso contro la decisione. Sebbene non siano previsti termini precisi per l'intervento, è ragionevole aspettarsi una gestione rapida delle segnalazioni, anche in considerazione di altri strumenti europei che disciplinano ambiti analoghi.

Un influencer mi ha proposto di offrirmi la cena per avere una recensione sui suoi social, posso accettarlo?

No, la normativa vieta le recensioni non autentiche o indotte da vantaggi economici o utilità.

Le nuove regole si applicano a tutte le recensioni?

No, le disposizioni si applicano alle recensioni rilasciate a partire dal 7 aprile 2026.

Mi ha chiamato un'agenzia, proponendo l'acquisto di un pacchetto di recensioni, è lecito?

No, la legge vieta espressamente di comprare o vendere recensioni online, così come "like", valutazioni o altre interazioni false. Il divieto vale sia direttamente sia tramite agenzie o intermediari.

Dopo i due anni la recensione viene automaticamente rimossa?

No, non è previsto alcun sistema di cancellazione automatica. La recensione diventa contestabile per mancanza di attualità, ma deve essere segnalata dall'esercente per ottenerne la rimozione.

FNAARC COMO

PARTECIPATA L'ASSEMBLEA ANNUALE DEGLI AGENTI DI COMMERCIO, TRA RAPPRESENTANZA, TUTELE E NUOVI SERVIZI



Santino Ceccato

Si è svolta martedì 28 aprile 2026, presso la concessionaria L'Auto Spa di Lipomo, l'assemblea annuale di Agenti Fnaarc Como, punto di riferimento per gli agenti e rappresentanti di commercio della provincia. L'incontro ha registrato una buona partecipazione, confermando l'interesse e il coinvolgimento

della categoria nei confronti delle attività associative e dei temi di attualità per la professione.

Ad aprire i lavori è stata la relazione del Presidente, **Santino Ceccato**, che ha ripercorso le principali iniziative portate avanti nel corso dell'ultimo anno, soffermandosi sull'impegno dell'Associazione nella tutela della categoria e nel rafforzamento dei servizi dedicati agli agenti di commercio, una componente essenziale del tessuto economico locale. In un contesto in continua evoluzione, segnato da nuove sfide contrattuali e di mercato, il ruolo dell'associazione diventa ancora più importante, sia sul fronte della rappresentanza sia su quello dei servizi.

Nel corso dell'assemblea è stato quindi approvato il rendiconto economico, passaggio fondamentale per garantire trasparenza e condivisione nella gestione dell'associazione.

Momento centrale dell'incontro è stato l'intervento del

Presidente di Agenti Fnaarc nazionale, **Alberto Petranzan**, che ha affrontato un tema di grande rilevanza per la categoria: "Come difendersi dai contratti pirata". Un approfondimento concreto e operativo, che ha offerto ai presenti strumenti utili per riconoscere clausole vessatorie e pratiche scorrette, rafforzando la consapevolezza dei propri diritti in un contesto professionale sempre più articolato. Uno sguardo è stato inoltre rivolto alle prospettive future, con particolare attenzione alla sfida del rinnovo dell'Accordo Economico Collettivo del settore Industria, previsto entro la fine dell'anno.

L'assemblea è proseguita con un focus dedicato ai servizi e alle opportunità per gli agenti di commercio: la presentazione del programma delle prestazioni assistenziali Enasarco 2026. Sono state evidenziate le principali misure che la fondazione mette in campo per il sostegno della categoria, con particolare attenzione all'ambito sanitario e alla cura di genitori e famigliari.

A chiudere l'incontro, un aperitivo con buffet che ha offerto ai partecipanti un'ulteriore occasione di confronto informale, favorendo relazioni, networking e scambio di esperienze tra colleghi

L'assemblea ha così confermato il ruolo di Agenti Fnaarc Como come realtà dinamica e vicina alle esigenze degli agenti di commercio del territorio comasco, capace di coniugare rappresentanza, aggiornamento e servizi concreti a supporto della categoria.



Alberto Petranzan - Presidente nazionale Agenti Fnaarc



La platea

LINGUE CHE APRONO PORTE: CORSI DI LINGUA STRANIERA PER LE AZIENDE DI CONFCOMMERCIO COMO

La conoscenza delle lingue straniere è una risorsa fondamentale per chi desidera distinguersi e cogliere nuove opportunità professionali. Confcommercio Como risponde a questa esigenza offrendo una selezione di corsi pensati appositamente per lavoratori, soci e titolari di aziende iscritte all'associazione.

Inglese per la Ristorazione

Un corso pratico e mirato, ideale per chi opera nel settore food & beverage e vuole accogliere al meglio una clientela internazionale.

Il percorso prevede 12 ore di formazione, suddivise in 6 lezioni da 2 ore ciascuna, interamente in videoconferenza per garantire flessibilità e comodità.

Date corso:

20 e 27 maggio – 3-10-17-24 giugno
dalle ore 14.30 alle ore 16.30

Tedesco Corso Base

Pensato per chi desidera acquisire le basi della lingua tedesca e comunicare efficacemente con clienti, fornitori e partner di lingua tedesca. Anche questo corso si svolge online, con 12 ore di lezione suddivise in 6 appuntamenti da 2 ore.

Date corso:

20-27 maggio - 3-10-17-24 giugno
dalle ore 9.00 alle ore 11.00

Italiano per Stranieri

Dedicato ai lavoratori stranieri che desiderano inserirsi più facilmente nel mondo del lavoro e nella vita quotidiana in Italia. Il corso, anch'esso in videoconferenza, prevede 12 ore di formazione suddivise in 6 lezioni da 2 ore.

Date corso:

21-28 maggio - 4-11-18-25 giugno
dalle ore 9.00 alle ore 11.00

Tutti i corsi prevedono un test d'ingresso per valutare il livello di conoscenza della lingua.

Per le aziende che aderiscono agli Enti Bilaterali, i corsi sono finanziati: un'opportunità concreta per investire nella crescita delle proprie risorse senza costi aggiuntivi.

**Non perdere l'occasione di investire sul futuro della tua azienda:
impara una nuova lingua, amplia i tuoi orizzonti!**

Contenuto integrato con l'ausilio di strumenti di IA e verificato dalla redazione

PER SAPERNE DI PIU':

Area Formazione

0312441

formazione@confcommerciodocomo.it



CONFCOMMERCIO COMO

SERVIZI

PAGHE - FISCALE - CORSI

PROTEGGI LA SALUTE DELLA TUA FAMIGLIA

Conf
com



Confcommercio
Como

Ente Mutuo Regionale offre a tutti gli associati di Confcommercio Como **una serie di coperture sanitarie integrative tra le quali scegliere, che garantiscono:**

- Assistenza sanitaria specialistica per tutta la vita per tutti i membri della famiglia;
- Rapidità nell'ottenere visite, esami e ricoveri;
- Contributi associativi economicamente competitivi e trattamento fiscale agevolato;
- Un servizio di consulenza medica 24/7.

INFORMAZIONE COMMERCIALE

Promo*
20%
di sconto
fino al 31/05

Per informazioni:
Andrea Pizzi - 349 4303456
marketing@confcommerciodocomo.it



ENTE MUTUO
REGIONALE
ASSISTENZA SANITARIA

REGISTRATORI TELEMATICI E POS: DISALLINEAMENTI IN CASO DI INCASSO DI CAPARRE

A seguito dell'obbligo di collegamento tra POS e Registratore Telematico, sono emersi dubbi sulla gestione delle caparre, non soggette a IVA e non sempre registrate nel RT. Dopo un confronto con l'Agenzia delle Entrate, si suggeriscono tre soluzioni operative:

1. Fatturazione separata

Emettere una fattura per la caparra (senza IVA, codice N2.2 e bollo se >77,47€) e una per il saldo, calcolando l'IVA sull'intero importo e detraendo la caparra. Questa modalità evita disallineamenti tra incassi e documenti fiscali. Vale anche per caparre ricevute tramite bonifico o intermediari.

2. Uso di RT o gestionale

Utilizzare un Registratore Telematico o software che consenta di indicare nel documento commerciale sia il totale sia la caparra già versata, garantendo coerenza tra corrispettivi e pagamenti POS.

3. Documento unico

In assenza di strumenti adeguati, emettere un documento per l'intero importo, anche se al check-out si incassa solo il saldo. Pur generando possibili disallineamenti, è considerata una soluzione praticabile.

MALATTIA: NUOVE MODALITÀ DI ESPOSIZIONE AL VIA, CON UNA FASE TRANSITORIA SEMPLIFICATA

A partire dal mese di competenza di marzo 2026 sono in vigore le nuove modalità di esposizione degli eventi e del conguaglio dell'indennità economica di malattia nel flusso Uniemens, secondo le indicazioni fornite dall'Inps con i Messaggi n. 3029/2025 e n. 3743/2025. Ora l'INPS, con il Messaggio n. 964/2026, prevede che, esclusivamente in fase di prima applicazione, al fine di ovviare ad eventuali criticità, il datore di lavoro, per poter inviare la denuncia contributiva mensile, possa esporre, anche nel caso di certificato telematico, la data di inizio della malattia in luogo del PUC, oppure in via alternativa e eccezionale, inserire il valore "N". Con un successivo messaggio l'Istituto comunicherà la competenza a partire dalla quale non sarà più possibile inserire il valore "N". A regime, la data di inizio della malattia, in alternativa al PUC, potrà essere indicata solo in caso di un certificato cartaceo.

PER APPROFONDIMENTI

Ufficio Fiscale
0312441
fiscale@confcommerciocomo.it
(Rif. Antonio Giannetto)

Ufficio Sindacale
0312441
sindacale@confcommerciocomo.it
(Rif. Felice Frigerio)



CONFCOMMERCIO COMO
SERVIZI
PAGHE - FISCALE - CORSI

VOCAZIONE, VISIONE, VALORE: LA RINASCITA DELL'IDENTITÀ ASSOCIATIVA

A cura di Caterina Panzeri, Consigliera Confcommercio Como



Il Presidente Giovanni Ciceri

Il mondo dell'imprenditoria non sta semplicemente attraversando una fase di cambiamento; sta vivendo una mutazione genetica. In questo scenario, il ruolo di chi siede nel Consiglio di Confcommercio Como non può più limitarsi alla gestione dell'esistente. La due giorni di Educational, tenutasi il 13 e 14 aprile presso l'Hotel Regina di Gravedona, ha segnato un punto di non ritorno: un momento di riflessione "chirurgica" per smantellare vecchi schemi e ricostruire l'identità del Consigliere attorno a due pilastri: **Vocazione e Visione.**

Oltre la crisi: ritrovare il senso della "Vocazione"

La riflessione del Professor Gabrielli sulle vocazioni associative, ci pone davanti ad uno specchio: il declino dell'impegno non dipende solo dalle agende piene, ma dallo sbiadirsi delle finalità. Se l'obiettivo diventa primariamente assunzione di un ruolo (**motivazione estrinseca**), la visione associativa perde la sua "anima".

Dobbiamo rimettere al centro la **motivazione intrinseca**: l'impatto concreto che vogliamo avere sulle nostre comunità. La transizione verso una dimensione corale ("Noi") è la nostra sola strategia di resilienza. In questa visione, il Consigliere evolve in un comunicatore d'eccezione: un punto di riferimento, capace di ispirare perché mosso da valori condivisi. Essere "Brand Ambassador" di Confcommercio oggi, significa essere orientati al "qui e ora".

Rafforzare il senso di appartenenza vuol dire capire che l'autorevolezza non deriva dal grado che si ricopre, ma dalla capacità di farsi ponte tra l'Associazione e il territorio. È un richiamo alla

responsabilità: il Consigliere non è un burocrate, condivide, con ogni gesto, i valori fondanti di Confcommercio.

Il Consigliere di domani è colui che agisce perché crede fermamente nel progetto, trasformando la sua attività in una testimonianza tangibile per gli associati.

La gerarchia delle priorità: gestire le criticità

Gabrielli ha sottolineato come la capacità di un leader risieda nel saper distinguere l'urgente dall'importante. Gestire le criticità significa rimanere fedeli alla visione di lungo periodo di Confcommercio, agendo come punti di



riferimento saldi per quegli associati che, immersi nella tempesta quotidiana del mercato, cercano una bussola.

L'Intelligenza Artificiale: Strumento di una Nuova Intelligenza Umana

La giornata di martedì ha spostato l'asse sulla tecnologia, ma con una prospettiva strategica. Non si è parlato di software in modo asettico, ma dell'impatto dell'Intelligenza Artificiale sulla quotidianità delle aziende. Dalle strategie di utilizzo alle differenze tra i modelli più evoluti, il messaggio del docente – **Antonino Bonfiglio** – è stato univoco: l'AI non sostituirà

l'imprenditore, ma l'imprenditore che usa l'AI sostituirà quello che non la usa.

Il Consigliere, in quanto guida, ha il compito di traghettare le piccole e medie imprese lariane verso questa nuova frontiera, demistificando la paura e promuovendo una cultura del dato e dell'efficienza.

Sinergia in Azione: Convivialmente Determinati

La teoria ha trovato il suo naturale compimento nella serata **"Notte e Sapori: convivialmente determinati"**. È stato molto più di un momento ludico: è stata la messa in pratica della "filosofia della relazione" di Gabrielli. Mettersi a tavola, condividere il tempo e i sapori, ha permesso ai Consiglieri di "sinergizzare" le proprie forze. La determinazione nel perseguire gli obiettivi associativi nasce proprio da questa coesione umana. Se il Consiglio è unito e condivide una visione, l'intera Associazione si muove con la forza di un unico organismo.

Verso un nuovo punto di riferimento

L'obiettivo finale di questo "Educational" era ambizioso:

ridefinire il posizionamento dei Consiglieri come sentinelle del territorio. Essere al fianco di chi sceglie Confcommercio, significa essere pronti al cambiamento, aperti alla condivisione e capaci di trasformare la crisi di senso in una nuova opportunità di crescita.

Torniamo da Gravedona con una consapevolezza: il futuro della nostra Associazione non dipende da ciò che accade fuori, ma dalla forza della nostra vocazione interna. Siamo pronti a guidare, pronti a ispirare, pronti a costruire. Come sempre, insieme.



Bernabò Bocca

*"RESTO NELLA GRANDE CASA DELL'OSPITALITÀ
INSIEME VERSO IL TURISMO DEL FUTURO"*

FEDERALBERGHI: BOCCA RIELETTO PRESIDENTE

Il Presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, è stato riconfermato alla guida della Federazione degli Albergatori con i suoi 27mila associati: una scelta votata all'unanimità in occasione della 76a Assemblea nazionale svoltasi a Roma, presso il Salone delle Fontane all'Eur. L'assemblea plenaria ha infatti deciso all'unisono di ridare la fiducia al leader già in carica. Complimenti a Bernabò Bocca da parte di Confcommercio Como tutta.

CONFCOMMERCIO COMO CELEBRA GLI ASSOCIATI

Torna l'attesissimo appuntamento con la Fedeltà Associativa di Confcommercio Como che, dal 2005 premia le aziende da almeno 20 anni a fianco della propria Associazione di categoria. L'evento sarà l'occasione per celebrare l'attaccamento degli iscritti a Confcommercio Como e premiare la riconoscenza a tutte le imprese che da anni scelgono di far parte della nostra famiglia. I requisiti di ammissione sono i seguenti:

- imprese regolarmente e ininterrottamente iscritte da almeno vent'anni anche se con diversa ragione sociale, diverso indirizzo o diverso assetto societario (è necessario che almeno un socio sia rimasto per l'intero periodo);
- essere in regola con la quota associativa 2026.

Tutte le domande saranno vagliate, a insindacabile giudizio, da un'apposita Commissione esaminatrice. Il premio sarà consegnato in occasione di un evento appositamente organizzato dall'Associazione e di cui daremo notizia nelle prossime settimane.

Gli uffici rimangono a disposizione per qualsiasi informazione e per iscrizioni allo 0312441 – info@confcommerciodicomo.it (Rif. Jessica Mari).

RISTORANTE AL CAPOLINEA, TRENT'ANNI E NON SENTIRLI

Antonio D'Alessandro e la moglie Marinella dal 1996 accolgono i clienti con lo stesso calore e la stessa accoglienza di 30 anni fa. "Al Capolinea" solo il nome fa pensare a un luogo di arrivo, di sosta dove potersi rifocillare e in effetti nel ristorante canturino di Antonio e Marinella la ricompensa dopo una giornata di lavoro è assicurata.

Piatti curati nell'aspetto e nella qualità, accoglienza calorosa e un ambiente confortevole: sono queste le leve che hanno reso il ristorante Al Capolinea una meta sempre apprezzata, non solo per una pausa pranzo spensierata tra lavoratori, ma anche per occasioni speciali. A loro Confcommercio Como rivolge i propri complimenti, per essere sempre rimasti coerenti con la tradizione culinaria puntando sulla genuinità, ma con un occhio rivolto all'innovazione, al futuro e con la capacità di adeguarsi ai cambiamenti. L'ingresso dei figli nell'attività testimonia la grande passione con cui i genitori si sono dedicati al ristorante, una passione che sono riusciti a trasmettere anche a tutto lo staff. È la dimostrazione che quando ci sono armonia, collaborazione e dedizione, il successo forse non è mai garantito, ma diventa sicuramente più vicino.

PER ADERIRE E RICHIEDERE IL PREMIO
INQUADRA IL QR CODE E INVIA IL MODULO
DI ADESIONE





Gli studenti del CFP con il Consigliere Fabio Fossati e il Funzionario di Confcommercio Como Carlo Tafuni

PUBBLICI ESERCIZI

CONFCOMMERCIO COMO INCONTRA LE SCUOLE PROFESSIONALI DEL TERRITORIO



Il 16 maggio 2026 giunge quest'anno alla sua quarta edizione la Giornata della Ristorazione, l'iniziativa nazionale promossa da FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi. Un appuntamento ormai consolidato che celebra la cultura dell'ospitalità italiana, mettendo al centro i valori di comunità, inclusione e solidarietà che contraddistinguono il settore. Per l'edizione 2026, la FIPE ha scelto come ingrediente simbolo il riso, alimento universale che rappresenta vita, prosperità e condivisione: un emblema perfetto per un evento che unisce idealmente tutte le tavole d'Italia. La manifestazione, sostenuta da importanti istituzioni, continua a distinguersi per il suo alto valore simbolico e culturale. In questo contesto si inserisce con particolare rilievo l'iniziativa promossa dall'Associazione pubblici esercizi di Confcommercio Como, che ha voluto dare un significato concreto e territoriale alla Giornata della Ristorazione. In occasione dell'evento, abbiamo avuto il piacere di incontrare gli studenti del CFP di Como, dell'ENAIP di Como e dell'Istituto VANONI di Menaggio, creando un momento di dialogo diretto

tra scuola e mondo del lavoro. È stato un incontro davvero significativo, in cui si è parlato di lavoro, passione e opportunità nel settore della ristorazione. I ragazzi hanno potuto confrontarsi con professionisti del territorio, approfondendo temi fondamentali come l'ingresso nel mercato del lavoro, le competenze oggi richieste dalle imprese e le prospettive offerte da un comparto dinamico e in continua evoluzione. Grande è stata la partecipazione e l'entusiasmo degli studenti, che hanno posto domande, condiviso idee e dimostrato una forte motivazione a costruire il proprio futuro professionale. Confcommercio Como conferma così il proprio impegno nel favorire il dialogo tra formazione e impresa, nella convinzione che proprio da questo confronto possano nascere opportunità concrete e percorsi di crescita solidi per le nuove generazioni. Un'iniziativa che arricchisce ulteriormente il significato della Giornata della Ristorazione, trasformandola non solo in una celebrazione, ma anche in un investimento sul futuro del settore. •

TRASPARENZA DEI PREZZI NELLA SOMMINISTRAZIONE: REGOLE E OBBLIGHI

La disciplina dei prezzi si basa sull'art. 180 del TULPS, che impone l'esposizione delle tariffe in luogo visibile. Le normative regionali dettagliano poi le modalità di comunicazione per bevande, alimenti, costi di servizio e accesso ai servizi igienici.

OBBLIGHI DI ESPOSIZIONE E TRASPARENZA



Obbligo di Pubblicità (Art. 180 TULPS)

Le tariffe dei prezzi devono essere esposte in luogo visibile insieme alla licenza.

Differenza tra Bevande e Alimenti



Bevande esposte internamente

Menu alimenti leggibile anche dall'esterno per una valutazione preventiva.



Servizio al Tavolo

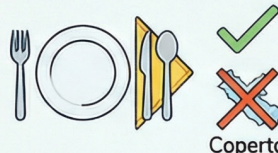
Listino disponibile prima dell'ordinazione con indicazione chiara di ogni componente aggiuntiva.

COSTI ACCESSORI E FORMULE SPECIALI



Formule a Prezzo Fisso

Vietati costi extra per servizio e coperto; indicare sempre bevande non incluse.



Gestione di Coperto e Servizio

In alcune regioni, il coperto è vietato e il servizio deve essere esplicitato.



Accesso ai Servizi Igienici

Possibile richiedere un pagamento ai non clienti, purché l'importo sia chiaramente comunicato.



CITTÀ IN FIORE. 80 ANNI PER LA REPUBBLICA

La Prefettura di Como lancia, in occasione dell'ottantesimo anniversario della Repubblica italiana, un invito: trasformare la città in un giardino diffuso, dove ogni spazio privato visibile è parte di un disegno collettivo più grande. Balconi, terrazzi, davanzali e finestre — affacciati sulle vie di Como e Cernobbio — diventano così luoghi di espressione creativa, spazi di sperimentazione e valore comunitario. Confcommercio Como sostiene questa iniziativa coordinata da Orticolario che è rivolta anche alle attività commerciali. Ogni composizione, semplice o elaborata, contribuirà a creare un grande racconto corale diffuso tra le vie, i quartieri e le sponde del lago. Una giuria selezionerà il vincitore a cui verrà dedicato uno spazio sui canali ufficiali di Orticolario e Grandi Giardini Italiani, entrando a far parte di una trama più ampia di storie, paesaggi e sensibilità che dialogano tra loro. Con questo progetto, Orticolario rinnova il proprio impegno nel promuovere la cultura del verde come strumento di connessione tra persone, territori e tradizioni. "Città in fiore" vuole essere non solo un gesto estetico, ma anche un segno concreto di partecipazione collettiva, capace di rafforzare il senso di comunità e di valorizzare il patrimonio identitario locale. Como e Cernobbio si trasformano in un giardino condiviso, dove il verde incontra la storia e i cittadini diventano protagonisti di una celebrazione viva e partecipata.

Modalità di partecipazione:

Gli allestimenti dovranno interpretare i colori della bandiera italiana, ovvero il verde, il bianco e il rosso. I tre colori dovranno risultare chiaramente riconoscibili attraverso fioriture, fogliami o combinazioni vegetali. La partecipazione è gratuita ed è aperta a tutte le attività nel Comune di Como e di Cernobbio. Ogni partecipante può iscrivere un solo allestimento. Candidatura tramite form (con invio di materiali sull'allestimento realizzato) entro il 24/05/2026. Ricezione risultati della selezione da parte della Commissione entro il 01/06/2026. Comunicazione pubblica del vincitore da parte dell'Organizzazione, sui canali web di Orticolario, il 02/06/2026.

A partire dal 25/05/26 la Commissione valuterà gli allestimenti basandosi sui seguenti criteri: * l'area di allestimento (che deve essere ubicata nei comuni di Como o Cernobbio ed essere riconducibile a balconi, terrazzi, davanzali, finestre, spazi esterni privati visibili dalla pubblica via); * la corrispondenza tra il materiale candidato e lo spazio allestito; * la presenza nella realizzazione di piante vive e/o fiori recisi e/o elementi naturali; * la coerenza della progettazione con il tema "Colori della Bandiera Italiana"; * la creatività, l'innovazione e l'armonia dell'allestimento.

INQUADRA IL QR CODE E
COMPILA IL FORM
PER ADERIRE



RISPARMIA IL 5%

ATTIVA IL SEPA E PAGA MENO

Con l'addebito automatico SEPA hai il 5% di sconto sul pagamento della quota associativa



I VANTAGGI

- ✓ Nessuna dimenticanza
- ✓ Pagamenti automatici e sicuri
- ✓ Sconto garantito per tutti gli anni
- ✓ Attivazione semplice e veloce

SCANSIONA IL QR CODE
E COMPILA IL MODULO



PER INFORMAZIONI