

OLTRE I 90 MINUTI



POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - AUT. N.° MIP/LONO/181/2022 - STAMPE IN REGIME LIBERO

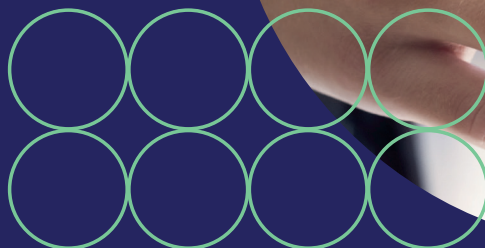
Il Fano

Dal 1960

AGOSTO/SETTEMBRE 2026 ANNO 67 N. 8

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: 29 luglio 2026

LE NOSTRE SEDI SUL TERRITORIO

Como, Bulgarograsso, Cantù, Erba, Mariano Comense, Menaggio
e su appuntamento Centro Valle Intelvi

TEL. 031/2441

EMAIL: INFO@CONFCOMMERCIOCOMO.IT

Autorizzazione Tribunale di Como n.5/2019 del 24/06/2019
Registro Operatori di Comunicazione n. 33075

Stampa: 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



UN MONDO UNICO AL MONDO



di Graziano Monetti

L'IMPORTANZA DELL'ANALISI DEI DATI PER UNA EFFICACE ACCELERAZIONE COMPETITIVA

I dati sono sempre più indispensabili per le scelte strategiche di un territorio, per analizzarne e migliorarne la competitività, per renderlo maggiormente attrattivo e adeguatamente organizzato, per promuoverlo in maniera corretta andando ad intercettare il target di riferimento. Occorre, quindi, partire dai dati, non dati qualsiasi, ma che si riferiscano ad un tempo di rilevazione il più vicino possibile al momento dell'analisi vera e propria; che derivino da fonti scientifiche e siano, pertanto, attendibili; che abbiano una correlazione diretta con gli obiettivi e le risposte che si vogliono ottenere.

Su questo numero pubblichiamo il risultato di alcune analisi elaborate dal nostro ufficio IT che offrono spunti interessanti per gli Associati che certamente vedono queste dinamiche, vivendole ogni giorno nel proprio esercizio, ma qui possono conoscerle nel dettaglio e scegliere quali politiche aziendali mettere in atto per finalizzare le vendite.

In linea generale, per il nostro Capoluogo, emerge, come vedremo, che il tempo medio di permanenza delle persone che si recano nella città murata risulta molto basso con ben il 57% dei visitatori che non si fermano per più di un'ora e di questi il 24% non rimane per più di quindici minuti. Puntare a generare azioni in grado di aumentare il tempo medio di permanenza delle persone in centro città risulta, quindi, strategico e lo può fare sì il Comune, nell'ambito del Distretto Urbano del Commercio ad esempio, ma soprattutto gli esercenti, singolarmente o insieme.

Se le persone vengono incentivate a fermarsi più tempo in centro, si avranno buone probabilità che possano entrare nelle attività ed effettuare acquisti, che possano fermarsi a pranzo o a cena in un ristorante o consumare qualcosa in un bar.

Altro dato interessante emerso è quello relativo alla capacità di spesa dei visitatori rilevati che per circa il 30% risulta essere alta. Probabilmente, dunque, puntare alla qualità e all'esclusività rende più attrattivo il proprio esercizio e aumenta la probabilità di rispondere adeguatamente alla domanda creando un'offerta non standardizzata e restituendo identità alla città. Vorrebbe dire trasformare il centro in un polo attrattivo per una clientela che cerca prodotti e servizi che non trova altrove. Siamo convinti che un lavoro di analisi serio come questo possa fornire concretamente un aiuto agli Associati e possa servire ad orientare le scelte delle Amministrazioni Comunali nell'ambito dei Distretti del Commercio, per questo Confcommercio Como investe sull'analisi dei Dati.



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

RITAGLIA QUESTA PAGINA, COMPILA IL MODULO SEPA E INVIALO A
info@confcommerciocomo.it

PER INFORMAZIONI

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



Gianmaria Gambotti

L'EVOLUZIONE DEL TURISMO E IL CALCIO COMO

La crescita del turismo e i cambiamenti nei flussi di visitatori che interessano la città di Como rappresentano una sfida e, al tempo stesso, una grande opportunità. In questo contesto, anche il successo del Como 1907 sta contribuendo a generare nuove occasioni di sviluppo, portando in città un pubblico sempre più ampio e diversificato. Ne parliamo con Gianmaria Gambotti, Consigliere di Confcommercio Como, imprenditore nei settori della comunicazione e ristorazione.

Il turismo e i flussi in città negli ultimi anni sono cambiati anche a seguito dei successi ottenuti dalla nostra favolosa squadra di calcio; da Consigliere di Confcommercio Como come reputa le giornate in cui gioca in casa il Como 1907 per le attività che operano in città?

Sembrava che l'“effetto Clooney” avesse portato benefici inimmaginabili alla reputazione del brand Lago di Como e quindi a tutte le attività commerciali presenti in città. Credo che anche solo 4 anni fa nessuno si sarebbe immaginato un nuovo “effetto Calcio Como”. Se Clooney ha sempre fatto da testimonial “involontario”, per il Como 1907 esiste una strategia di co-branding tra bellezza del lago e bellezza di uno sport amato da tutti e capace di regalare infinite emozioni. Lo dico da pubblicitario. Siamo in una tempesta perfetta e dobbiamo capire come rendere questo momento qualcosa di strutturato per il nostro tessuto economico.

E, la prima cosa da capire è proprio “sfruttare” l'effetto partita. Non tanto quando il Como è in campo, ma, per tutto ciò che accade fuori dal campo, prima e dopo la competizione sportiva. E questo la famiglia Hartono e il Presidente Suwarso l'hanno compreso molto bene.

Nel suo ristorante – Crotto del Sergente – state valutando l'opportunità di modificare l'organizzazione per intercettare questi flussi di tifosi e rispondere alla loro necessità di far collimare il tempo di un pranzo o di una cena con l'inizio e la fine del match?

Per dirla da pubblicitario il pubblico che segue il calcio è multi target e la società Como 1907 lo ha capito bene. Basta vedere gli ospiti in tribuna per capire il messaggio: vuoi vedere una squadra bella e vincente e passare momenti altrettanto emozionanti sul Lago di Como? Goditi la partita e poi vivi il resto dell'esperienza. E, nella nostra capacità di offrire bellezza, ecco l'accoglienza e il cibo. Una colazione,

un aperitivo, un pranzo o una cena possono diventare parte dell'esperienza offerta ai tifosi. Per come sono cambiati il Lago, la Brianza e la città di Como in questi anni, esistono più livelli di esperienze, adatte ai diversi target di tifosi. Credo si tratti solo di capire in che orari e come connettere le nostre eccellenze della ristorazione con i tempi della partita, creando un sistema organizzato di trasporto e offerta agile.

La cena benefica che ha organizzato con il Calcio Como è un esempio di come impresa, sport e solidarietà possano collaborare. Cosa le ha insegnato questa esperienza e quale messaggio si sente di dare agli altri commercianti?

Erano presenti il Presidente Mirwan Suwarso e il designer di Rhude, Rhuigi Villaseñor, e abbiamo festeggiato l'accesso alla Champions! Calcio è emozione. La bellezza del Como 1907 è emozione. Ma, in generale tutta l'esperienza offerta al tifoso - cittadino o turista - deve essere carica di emozione perché ci possa essere condivisione e fedeltà a tornare. E allora non si può non coinvolgere nella costruzione di questa visione l'intero sistema città. E Como è anche bellezza nella generosità verso chi è meno fortunato. Con l'umiltà di chi ha fatto la gavetta mi sento di dire che ciò che si sta costruendo intorno al doppio brand Lago di Como e Como 1907 è un'occasione unica da non perdere, ma da gestire insieme, dialogando con la società che sta operando ben oltre i confini dello sport. Se oggi molti turisti girano la città con lo shopper di abiti e accessori di marca, con anche il brand della squadra, vuol dire che la cosa funziona e noi non possiamo solo essere semplici spettatori. È su questa linea che sarà importante avere al fianco la nostra Confcommercio Como, capace in maniera più efficace di dialogare con il Como 1907. Per costruire quel sistema sport - bellezza da cui ognuno può trarre ottimi risultati. Sperando anche per i risultati sportivi del nostro Grande Como!

FIMAA COMO

FORMAZIONE, IMPEGNO PER LA CATEGORIA E SOLIDARIETÀ



Il Direttore Graziano Monetti e il Presidente Fimaa Como Mirko Bargolini consegnano l'assegno alle Associazioni benefiche AVS (foto sopra) e La Nostra Famiglia (foto sotto)



Si è svolta presso la sala “Arti e Mestieri” di Confcommercio Como, l'assemblea ordinaria di FIMAA Como, l'appuntamento che ha riunito gli agenti immobiliari associati per fare il punto sulle attività svolte e sulle iniziative future. L'assemblea si è aperta con un momento particolarmente significativo: la consegna, da parte del presidente Fimaa Como, **Mirko Bargolini**, e del direttore di Confcommercio Como, **Graziano Monetti**, di due assegni alle Associazioni benefiche **AVS – Associazione Veronica Sacchi ed Emedea – La Nostra Famiglia**, frutto dell'asta benefica dell'opera di copertina del Borsino Immobiliare 2025, realizzata dall'artista comasco **Filippo Borella** ed intitolata “Trait d'union Como - Porta Torre/ Monumento ai Caduti”. Le due realtà, entrambe impegnate nel sociale, hanno avuto l'occasione di presentare le proprie attività, testimoniando l'importanza del loro impegno sul territorio. La riunione è proseguita con la relazione del presidente di Fimaa Como, Mirko Bargolini, che ha ripercorso l'intensa attività associativa dell'ultimo anno, evidenziando il costante lavoro della Giunta, del Consiglio Direttivo e delle Commissioni, oltre alla partecipazione ai tavoli regionali e nazionali di Fimaa. L'assemblea ha quindi approvato all'unanimità il Bilancio consuntivo 2025, confermando la solidità dell'Associazione e il percorso intrapreso dal Consiglio Direttivo. A conclusione dei lavori si è svolto il corso di aggiornamento “La liberatoria delle spese di condominio nelle compravendite”, tenuto dall'avv. **Claudio Bocchietti**, presidente di Confedilizia Como, che ha approfondito un tema di particolare interesse operativo per gli agenti immobiliari. L'incontro si è concluso con un aperitivo conviviale, occasione di confronto informale tra gli associati e di condivisione delle iniziative che accompagneranno Fimaa Como nei prossimi mesi. Un momento che ha confermato il ruolo dell'Associazione non solo come rappresentanza della categoria, ma anche come punto di riferimento per la crescita professionale, la formazione continua e la vicinanza al territorio. •

GRUPPO CARTOLIBRERIE

BANDO “UNDER 35”

Il Ministero della Cultura ha pubblicato il bando “Librerie under 35”. La misura offre fino a 24.000 euro a fondo perduto per l'apertura o lo sviluppo di librerie indipendenti. Le domande devono essere inviate entro le ore 15:00 del 13 settembre 2026 alla PEC: dg-bic.nuovelibrerie@pec.cultura.gov.it.

Requisiti principali sono: non aver compiuto il 35° anno di età alla data del 28 dicembre 2024, essere titolari o intenzionati

a diventare imprenditori di una libreria indipendente, ovvero non appartenente a grandi catene editoriali o gruppi imprenditoriali. Le spese sono ammesse su tutto il territorio nazionale con criteri di priorità per quelle librerie che risultano ubicate in aree interne o svantaggiate – localizzate in un comune rientrante nell'elenco di piccoli comuni con popolazione fino a 5.000 abitanti o nelle periferie delle città metropolitane o in territori privi di librerie. È previsto inoltre un ulteriore sostegno di 1.000 euro per coprire spese documentate legate a corsi di formazione e attività di tutoraggio utili alla fase di avvio della libreria. Infine, per le attività ancora da avviare è possibile richiedere un'anticipazione del 50% a fronte di apposita polizza fideiussoria. •



L'ASSEMBLEA DEI DELEGATI DI CONFCOMMERCIO COMO

L'Assemblea dei Delegati ha rappresentato un momento importante per ripercorrere le attività realizzate nel corso dell'anno 2025, analizzare i risultati raggiunti e condividere con i Delegati gli obiettivi e le nuove sfide che attendono il mondo del commercio, del turismo, dei servizi e delle professioni. Un'occasione preziosa non solo per approvare i bilanci e adempiere agli aspetti statutari previsti, ma soprattutto per rafforzare il dialogo tra l'Associazione e i propri Associati.

«Il futuro ci pone davanti a sfide importanti, ma anche a grandi opportunità – ha dichiarato il Presidente di Confcommercio Como, **Giovanni Ciceri** – Il nostro impegno sarà continuare a essere al fianco delle imprese, ascoltando i loro bisogni e promuovendo strumenti, servizi e iniziative capaci di sostenerne la crescita. Insieme possiamo affrontare i cambiamenti in atto con fiducia, innovazione e una visione condivisa, valorizzando il ruolo fondamentale della nostra Associazione».

Nel suo intervento, il Presidente ha inoltre ribadito il valore dell'azione sindacale di Confcommercio Como, elemento imprescindibile per rappresentare e tutelare gli interessi delle imprese del territorio. «L'attività sindacale è il cuore della nostra Associazione – ha sottolineato Ciceri –. Significa essere presenti ai tavoli di confronto con le Istituzioni, dare voce alle esigenze delle imprese, difenderne gli interessi e contribuire a creare condizioni favorevoli per la loro crescita e competitività. È un impegno quotidiano che richiede ascolto, competenza e una forte capacità di fare squadra. Tra le nostre priorità vi è anche la valorizzazione dei negozi di vicinato, che rappresentano un presidio economico e sociale fondamentale per i centri urbani e per la qualità della vita delle nostre comunità. Allo stesso tempo, è indispensabile continuare a sollecitare interventi concreti sul fronte della fiscalità, contrastando quella che il Presidente nazionale **Carlo Sangalli** definisce efficacemente "fiscocrazia": un sistema caratterizzato da un carico fiscale e burocratico eccessivo che penalizza soprattutto le piccole imprese, limitandone la capacità di investire, innovare e creare occupazione».

Il Presidente ha poi rivolto un sentito ringraziamento



Al tavolo dei relatori: la Vice Presidente Elena Genesoni, il Presidente Giovanni Ciceri e il Direttore Graziano Monetti

ai componenti del Consiglio Direttivo, al Direttore e a tutto il personale degli uffici per il lavoro svolto nel corso dell'anno. «I risultati raggiunti sono il frutto di un impegno condiviso. Desidero esprimere la mia più sincera gratitudine ai Consiglieri, al Direttore e a tutti i collaboratori di Confcommercio Como che, con professionalità, dedizione e spirito di servizio, hanno contribuito a rafforzare l'azione dell'Associazione e a garantire servizi sempre più qualificati alle imprese associate». Al termine dei lavori assembleari, i partecipanti hanno avuto modo di proseguire la giornata in un clima più informale e conviviale con un pranzo organizzato nella suggestiva cornice del Palazzo San Gottardo di Como. Un luogo di grande fascino che ha accolto rappresentanti, e delegati, offrendo lo scenario ideale per un momento di incontro e relazione. Un ringraziamento speciale va a tutti coloro che hanno preso parte all'Assemblea e che, con il loro contributo e la loro presenza, continuano a rendere viva e forte la comunità di Confcommercio Como. Insieme, con impegno, responsabilità e una visione condivisa, sarà possibile raggiungere nuovi traguardi e affrontare con fiducia le opportunità che il futuro riserverà.

INCENTIVI AUTOMOTIVE

Pubblicato il nuovo Dpcm automotive che prevede complessivamente l'impiego di circa 1,35 miliardi di euro fino al 2030. Le novità vanno da incentivi per l'acquisto di veicoli commerciali a quelli per l'installazione di impianti a Gpl e metano sulle auto, ai contributi per moto e scooter e bonus per le colonnine di ricarica delle vetture elettriche. I primi incentivi a scattare sono diretti all'acquisto e al leasing di veicoli commerciali nuovi (categorie N1 e N2) destinati alle Pmi del trasporto merci. A disposizione 180 milioni di euro per contributi differenziati in base all'alimentazione del veicolo fino al 31 marzo 2030. I contributi sono corrisposti tramite compensazione con il prezzo di acquisto e recuperabili come credito d'imposta, utilizzabile solo in compensazione. Per beneficiare del bonus bisogna mantenere la proprietà del mezzo per almeno due anni. Previsti contributi per l'installazione di impianti a Gpl e metano sulle auto che siano almeno Euro 3, per persone fisiche e giuridiche con esclusione dei concessionari. Il bonus è pari a 400 euro per il Gpl e a 800 euro per il metano. Il contributo è corrisposto dall'installatore che verrà poi rimborsato dalle imprese costruttrici degli impianti. Dal prossimo gennaio previsti anche incentivi per l'acquisto e il leasing di moto, scooter e quadricicli nuovi, elettrici o ibridi (contributo: 20% del prezzo di acquisto fino a un massimo di duemila euro). Il bonus sale al 30%, e fino a un massimo di tremila euro, se viene rottamato un veicolo di categoria Euro 0, 1, 2 oppure 3. Anche in questo caso bisogna essere proprietari o intestatari del mezzo consegnato per la rottamazione da almeno un anno. Contributi anche per l'acquisto di infrastrutture di ricarica di veicoli elettrici da parte di utenti domestici, pari all'80% del prezzo di acquisto e di posa in opera, nel limite massimo di 1.500 euro per persona fisica richiedente.

BANDO A FAVORE DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO

In chiusura il bando che vede pronte le proposte progettuali di cinque dei dodici distretti comaschi costituiti. Le candidature per questa misura verranno presentate ad oggi da un solo DUC, quello di Como, e quattro DID con capofila i Comuni di Capiago Intimiano, Cernobbio, Mariano Comense e Tremezzina. Beneficiari diretti della misura sono gli enti locali e indiretti le imprese, per le quali i Comuni stanzeranno risorse proprie nell'ordine di 50.000 o 100.000 euro a condizione che le stesse abbiano unità locali nell'ambito territoriale del distretto. L'agevolazione è pari al 50% del costo complessivo del progetto, esclusa la quota destinata al bando imprese. L'importo massimo del contributo concedibile è di 520mila euro per i Progetti di eccellenza e 189.900 per i Progetti ordinari. Conclusa l'istruttoria, la graduatoria verrà pubblicata entro la fine del corrente anno.

ALBO NAZIONALE DELLE ATTIVITÀ STORICHE

È stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 9 giugno il decreto interministeriale 7 maggio 2026 del Ministero delle Imprese e del Made in Italy che disciplina l'istituzione, la gestione e l'aggiornamento dell'Albo nazionale delle attività commerciali, delle botteghe artigiane e degli esercizi pubblici storici. L'Albo, istituito dalla normativa entrata in vigore il 31 gennaio 2025 per valorizzare le attività storiche, raccoglie gli albi regionali e locali ed è suddiviso in una sezione ordinaria e una dedicata alle attività di eccellenza. Sarà pubblicato sul sito del Ministero con collegamenti ai portali territoriali, ITALIA.IT ed ENIT. Gli enti territoriali dovranno trasmettere ogni anno, entro il 31 gennaio, gli aggiornamenti dei propri albi tramite PEC alla Regione competente. Le imprese già iscritte agli albi territoriali delle attività storiche saranno inserite automaticamente nell'Albo nazionale, anche se non in possesso dei requisiti previsti dal D.Lgs. 27 dicembre 2024, n. 14.

CHIUSURA RIMBORSI "BONUS ELETTRODOMESTICI 2025"

Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) ha pubblicato il Decreto Direttoriale del 14 luglio 2026, con il quale sono stati fissati i termini perentori per la chiusura amministrativa della misura in oggetto. Le istanze di rimborso dei voucher, da presentare a cura dei venditori, dovranno essere trasmesse entro e non oltre le ore 23:59 del 4 settembre 2026. Si precisa che non sono previste proroghe e che le richieste di rimborso presentate oltre tale termine non saranno liquidate dal Ministero. I dati ufficiali evidenziano inoltre che, alla data del 10 luglio 2026, 169 venditori aderenti non avevano ancora trasmesso le istanze di rimborso relative ai voucher applicati nel 2025. Invitiamo pertanto tutti i soggetti interessati a verificare con la massima urgenza la propria posizione sulla piattaforma dedicata e, qualora non avessero ancora provveduto, a presentare tempestivamente la relativa istanza di rimborso, al fine di evitare la perdita del credito spettante.

NON SAI COME FINANZIARE LE TUE IDEE?

Fai correre la tua impresa con le nuove opportunità di Asconfidi Lombardia!



FINANZIAMENTO MISE

IMPORTO

fino a
100.000 €

DURATA

72/84
mesi

FINALITÀ

Investimento/
liquidità

TASSO 0%

fino a
16.000 €

VIENI A SCOPRIRE DI PIÙ PRESSO I NOSTRI UFFICI!



Via Francesco Ballarini, 12 Como



031 300 315



info@fidicomtur.it



FIDICOMTUR



Per maggiori informazioni, consulta il "Foglio Informativo" disponibile sul sito www.asconfidi.it nella sezione "Trasparenza".

TAN massimo: 6,092%, TAEG massimo: 6,46%. I tassi indicati sono puramente indicativi e possono variare in base all'andamento del tasso di riferimento (Euribor 6 mesi). Spread 3%

La concessione del finanziamento è soggetta alla valutazione del merito creditizio dell'impresa.

Per **Micro Piccole e Medie** imprese

Operazione in parte finanziata e garantita con risorse pubbliche

Tagli fissi da euro 40.000, 50.000, 60.000, 70.000, 80.000, 90.000, 100.000

FNAARC COMO

UNA SERATA DI INCONTRO E CONDIVISIONE PER GLI AGENTI DI COMMERCIO

Oltre trentacinque agenti di commercio della provincia di Como hanno partecipato, in un clima informale e conviviale, alla prima edizione di Aperi-Fnaarc, l'iniziativa organizzata da Fnaarc Como per salutarsi prima della pausa estiva. L'appuntamento si è svolto presso il Piccole Stelle Garden Bistrot di Cernobbio, immerso nel suggestivo parco di Villa Bernasconi, offrendo ai partecipanti l'occasione di confrontarsi, rafforzare i rapporti professionali e condividere esperienze, in un contesto piacevole e rilassato. Il bistrot è un progetto della realtà sociale Cometa, nato per coniugare accoglienza, formazione e inclusione lavorativa, offrendo opportunità concrete di inserimento professionale a giovani e persone con disabilità, in un ambiente dove qualità del servizio e valore sociale procedono insieme. A rendere ancora più significativo l'incontro è stata la presenza dei vertici nazionali della Federazione: il presidente Fnaarc nazionale **Alberto Petranzan**, il direttore **Pietro Coletti** e l'avvocato **Paolo Petriello**, consulente legale di Fnaarc



Nazionale, che hanno avuto modo di dialogare direttamente con gli agenti presenti, rispondendo alle loro domande e confrontandosi sulle principali tematiche di interesse della categoria. Alla serata ha partecipato anche il direttore di Confcommercio Como, **Graziano Monetti**, a testimonianza della vicinanza alla categoria e alle esigenze degli agenti di commercio del territorio. L'ottima partecipazione e il clima di cordialità che hanno caratterizzato la serata confermano il valore di iniziative pensate non solo per offrire momenti di aggregazione, ma anche per rafforzare il senso di appartenenza alla categoria e favorire il dialogo tra gli associati e tra tutti gli agenti di commercio della provincia di Como. Fnaarc Como, come ha detto durante la serata il presidente **Santino Ceccato**, vuole continuare a creare occasioni di incontro, confronto e crescita per gli agenti di commercio, e a questa prima edizione ne seguiranno certamente molte altre. •

PUBBLICI ESERCIZI

RASSEGNA GASTRONOMICA DAL 1 AL 31 OTTOBRE 2026

www.rassegnaselvatica.it

@rassegnaselvatica



La passata edizione di SELVATICA, che ha annoverato tanti ristoranti di Como e provincia, risulta la rassegna gastronomica più partecipata del territorio comasco. I tanti articoli sulle più importanti testate giornalistiche, i post sui social e il passaparola fra i clienti dei ristoranti testimoniano il sempre crescente interesse per la manifestazione gastronomica. Anche quest'anno abbiamo il piacere di comunicare che il Consiglio dell'Associazione ha deciso che i costi per l'organizzazione della rassegna siano completamente a carico della Confcommercio Como. Siamo convinti che questo ulteriore sforzo dell'Associazione sia un importante valore aggiunto per le attività in un periodo post estivo dove, da sempre, si riscontra un calo fisiologico del lavoro. Per ulteriori informazioni gli uffici rimangono a disposizione (Rif. Carlo Tafuni 0312441).



INQUADRA IL QR CODE
E ADERISCI
ALL'INIZIATIVA

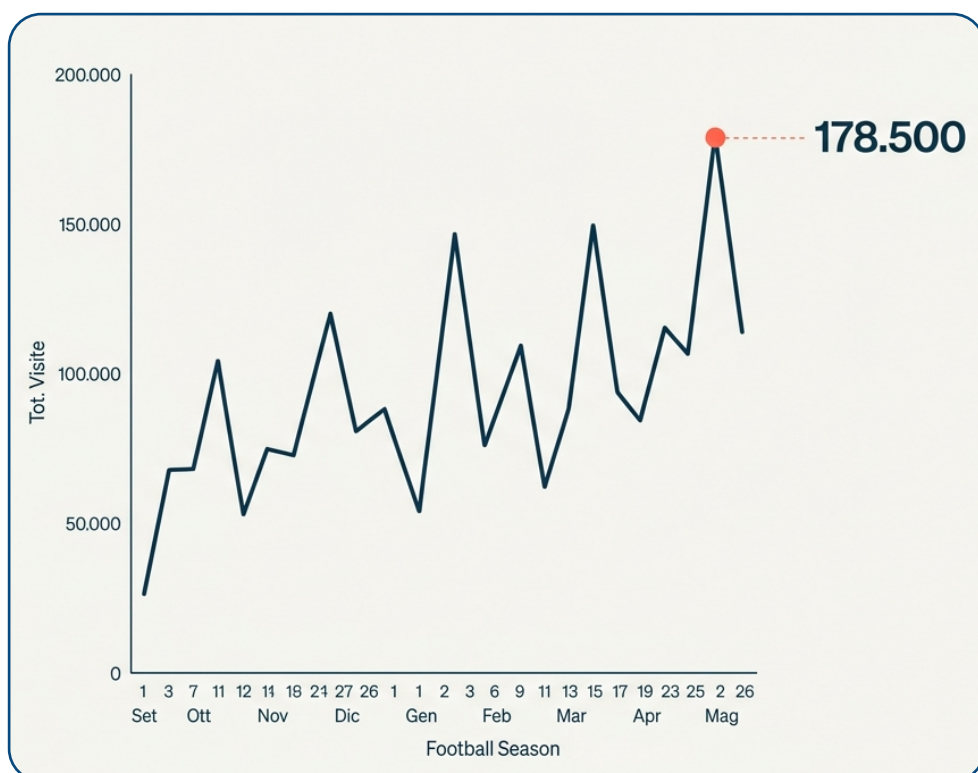


OLTRE I 90 MINUTI

La stagione sportiva 2025-2026 non ha rappresentato per Como una semplice parentesi agonistica, ma un catalizzatore economico strutturale che ha ridefinito le scale di grandezza della città

La Serie A ha innescato una metamorfosi urbana, trasformando il tessuto cittadino in un palcoscenico di risonanza internazionale. Comprendere questa evoluzione richiede uno sforzo analitico che trascenda il perimetro dello stadio: è necessario interpretare i flussi pedonali per trasformare il traffico grezzo in valore tangibile. L'obiettivo di questo report è mappare la correlazione profonda tra il calendario sportivo e le dinamiche di affluenza, evidenziando come il centro città di Como sia diventato un polo attrattivo indipendente dalla localizzazione dei match.

L'impatto della Serie A ha elevato il volume di affluenza a una "nuova normalità" che stabilizza la città sopra le 100.000 visite per evento. L'analisi evidenzia come un match standard generi una media di circa 110.000 visite totali, un volume che impone un cambio di paradigma gestionale per l'intero ecosistema urbano. Il momento di massima saturazione è stato registrato il 2 maggio 2026, in occasione della sfida contro il Napoli, che ha fatto segnare il picco stagionale di 178.500 visite totali (pari a 96.400 visitatori unici).



ANATOMIA DEL TRAFFICO: DA DOVE ARRIVA IL VOLUME?

Questa massa critica, per essere capitalizzata, deve essere scomposta meticolosamente per comprenderne la provenienza e le potenzialità di spesa. Analizzando i 65.851 visitatori unici medi rilevati durante i match day, emerge, contrariamente alla percezione comune, che i residenti in centro rappresentano solo l'8,7% del traffico pedonale, gli altri residenti del Comune di Como fuori dal centro si attestano all'11,9%. Il cuore pulsante del volume è alimentato, al contrario, da segmenti esterni:

- Visitatori provinciali e regionali: rappresentano circa il 19,6% del totale, costituendo lo zoccolo duro dell'affluenza rilevata.
- Visitatori Internazionali: con una media di 26.628 unità, la componente straniera è il driver principale, sfiorando il 30% degli individui unici. In occasioni specifiche come Bologna-Como, la quota internazionale ha raggiunto la cifra precisa di 28.341 presenze.
- Pendolari: un segmento del 14,9% che aggiunge un ulteriore livello di complessità alla pianificazione dei servizi urbani.

La gerarchia dell'impatto: Il "Fattore Avversario"

Tier 1: I Big Match

Es. Como - Napoli

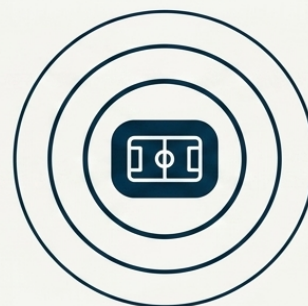


178.500 visite totali / 66.800 visitatori connessi allo stadio.

Gli avversari di prima fascia generano un'onda d'urto che satura l'intero ecosistema urbano.

Tier 2: Sfide Standard

Es. Como - Pisa / Como - Sassuolo



~95.000 visite totali / ~38.000 visitatori connessi allo stadio.

Il traffico rimane elevato, ma si concentra prevalentemente nell'immediata prossimità dell'evento e sulle arterie principali.

La prevalenza di flussi internazionali e provinciali rende l'affluenza estremamente sensibile al prestigio del brand della squadra avversaria, definendo una gerarchia dell'impatto economico.

L'attrattiva dell'avversario genera risonanze differenti sul tessuto urbano, classificando i match in due categorie strategiche:

- I Big Match: i top club (es. Napoli) saturano l'intero ecosistema. Si registrano 178.500 visite totali, con 66.800 visitatori connessi direttamente all'area stadio (co-visite). In questi scenari, il potenziale di conversione è massimo ma richiede una gestione logistica d'eccellenza.
- Sfide Standard: match contro club come Pisa o Sassuolo mantengono volumi elevati (95.000 visite), ma l'impatto si concentra prevalentemente nell'immediata prossimità dello stadio e lungo le arterie principali.

Il polso della città: In Casa vs. Trasferta.

In Casa (Il Cratere Stadio)	In Trasferta (Il Flusso Diffuso)
	
Alta concentrazione "Covisita Stadio" (Media 40.000 - 66.000).	Visite totali comunque elevate (Es. Udinese-Como, trasferta: 143.179 visite).

Le trasferte non svuotano Como. La città mantiene ritmi turistici e commerciali intensi, ma manca l'epicentro del Sinigaglia. L'offerta commerciale deve passare da "gestione dell'evento" a "turismo di massa standard".

È fondamentale smontare il mito della città "vuota" durante le trasferte. I dati rivelano un paradosso strategico: Como esercita un'attrattività tale da generare flussi imponenti anche quando la squadra gioca lontano. Durante i weekend, le partite in trasferta registrano mediamente 68.329 visitatori unici, circa 5.000 in più rispetto ai match casalinghi

(63.265). Questo fenomeno di "flusso diffuso" è spesso potenziato da sinergie extrastatistiche, l'offerta commerciale deve quindi oscillare tra la gestione dell'evento (in casa, media 40.000-66.000 co-visite) e la gestione del turismo di massa standard (in trasferta, con picchi come le 143.179 visite totali per Udinese-Como).

La resilienza climatica: Il Sole e Il Gelo.



Condizioni Avverse

Como - Verona (Pioggia)
105.791 visite.

Como - Udinese (Freddo intenso)
110.773 visite.



Condizioni Ottimali

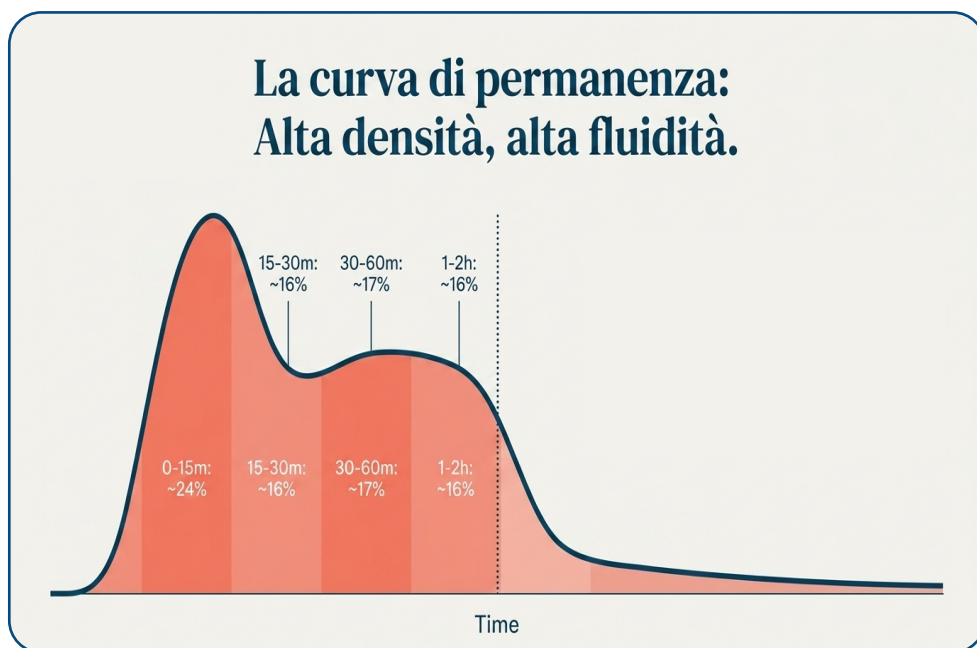
Como - Napoli (Sereni)
178.500 visite.

Como - Parma (Sereni)
151.000 visite.

L'analisi della domanda calcistica rivela una notevole rigidità rispetto alle variabili ambientali. Sebbene il meteo influenzi il picco, la "base" rimane inossidabile. Il confronto tra Como-Verona (pioggia, 105.791 visite) e Como-Napoli (sereno, 178.500 visite) dimostra che, anche in condizioni avverse, la città assorbe sempre oltre 100.000 visite. Questo conferma la stabilità del segmento alto-spendente, che non rinuncia all'esperienza urbana nonostante il clima.

Il meteo definisce il picco, ma il campionato garantisce una base inossidabile. Anche sotto precipitazioni o freddo intenso, la città assorbe oltre 100.000 visite, confermando l'assoluta rigidità della domanda calcistica.

Nonostante l'alta capacità di spesa, emerge una criticità operativa: la brevità delle soste. Il 57% dei visitatori non rimane in città per più di 1 ora. Dato ancora più sfidante per il retail è che ben il 24% dei visitatori rientra nella fascia di permanenza 0-15 minuti. Questo "flusso transitorio ad alta velocità" rappresenta il test di stress definitivo per la conversione commerciale: la finestra temporale per catturare valore è estremamente ridotta e richiede un'efficienza operativa assoluta.



IL PROFILO DEL CONSUMATORE

L'identikit socio-economico del visitatore delinea un profilo maturo e con elevato potere d'acquisto, lontano dal cliché del tifoso giovanissimo.

- **Demografia:** la fascia d'età dominante è quella 45-54 anni (28,02%), seguita dai 55-64 anni (23%). I giovani (18-24) sono una minoranza marginale (3-4%).
- **Classe Socio-Economica (CS):** il segmento "Alto" è maggioritario (30-36%), mentre il segmento "Medio-Basso" rappresenta il secondo mercato di riferimento (20-24%).
- **Genere e Origine:** il pubblico è composto da Uomini Italiani (40,25%) e Donne Italiane (30,45%), con una solida base internazionale (Uomini Stranieri 16,69%, Donne Straniere 12,63%).

STRATEGIE DI VENDITA PER TARGET E FLUSSI

Per massimizzare l'indotto, il tessuto commerciale deve adottare tattiche basate sui dati: come ad esempio menù ad alta rotazione (servizio <45 minuti) con qualità elevata per intercettare la fascia 45-64 anni.

Vetrine come asset per i 30.000 stranieri che focalizzano prodotti per acquisti d'impulso di fascia alta per gestire il segmento "15 minuti".

Segnaletica bilingue (Inglese e lingue principali rilevate); creazione di "pacchetti partita" (aperitivi tematici, visite veloci). Importante anche pensare a promozioni mirate per residenti e provinciali nei giorni feriali o con meteo avverso, sfruttando la loro maggiore fedeltà al territorio.

La Serie A è il più potente acceleratore urbano della storia recente di Como. La sfida per il futuro non è gestire l'ordine pubblico, ma capitalizzare un flusso demografico internazionale, ricorrente e alto-spendente. Il design dei servizi urbani deve evolvere per essere "veloce quanto il flusso e adeguato al pubblico", trasformando ogni match day in un asset di crescita strutturale per tutta la città.

Fonte: le stime della popolazione sono elaborate da Windtre, partendo da un campione di dati anonimi e aggregati dei propri clienti mobili, nel pieno rispetto della normativa Privacy e GDPR, secondo l'informativa disponibile anche sul sito Windtre

NUOVA CANTÙ ARENA: OPPORTUNITÀ E INTERROGATIVI PER LE IMPRESE LOCALI

Alessandro Bolla



Il progetto della nuova Cantù Arena, firmato dallo studio internazionale MMA Projects, promette di rivoluzionare il tessuto urbano e commerciale della città. La struttura, che sorgerà su un'area di quasi 28.000 metri quadrati a un chilometro dal centro e accanto al centro commerciale Bennet, ospiterà oltre 5.200 spettatori e offrirà spazi polifunzionali: campo di allenamento,

aree merchandising, museo della squadra, biglietteria, bar, ristorante e uffici per Cantù Next e Pallacanestro Cantù. L'arrivo di un'arena di queste dimensioni, con una previsione di oltre 350.000 visitatori annui, rappresenta una potenziale svolta per le imprese locali, in particolare nei settori commercio, ristorazione e turismo. L'incremento del flusso di persone potrebbe tradursi in nuove opportunità di visibilità e crescita per le attività della zona. La realizzazione di nuove opere viabilistiche, come la semi-rotatoria tra Via Pacinotti e Corso Europa, punta inoltre a migliorare l'accessibilità dell'area, favorendo l'afflusso di clienti alle attività commerciali. La

Cantù Arena si profila come una leva di sviluppo economico per il territorio, offrendo nuove prospettive di crescita e rilancio per le imprese locali. Abbiamo chiesto il parere di **Alessandro Bolla**, referente di Confcommercio Como a Cantù e Presidente della Consulta dell'economia. "La nuova Cantù Arena rappresenta un'opportunità importante per il nostro territorio - sottolinea Bolla - Un'infrastruttura di questo livello può generare un significativo indotto economico, aumentando il flusso di visitatori e creando occasioni di sviluppo per commercio, ristorazione, ricettività e servizi. È un progetto che può rafforzare l'attrattività di Cantù e valorizzare le imprese locali. Affinché queste potenzialità si traducano in benefici concreti, sarà però fondamentale coinvolgere fin da subito il tessuto economico del territorio. Servirà una programmazione condivisa degli eventi, un dialogo costante tra gestori dell'arena, Amministrazione e associazioni di categoria, oltre a una viabilità efficiente e a servizi adeguati per accogliere i visitatori. Come Confcommercio riteniamo che la sfida sia trasformare l'arena in un motore di sviluppo per tutta la città, evitando che i benefici rimangano concentrati solo all'interno della struttura. La Cantù Arena non dovrà essere solo la casa dello sport, ma anche un'opportunità per tutto il commercio cittadino. Dobbiamo fare in modo che ogni evento porti valore non solo all'arena, ma all'intera Cantù".

RIAPERTURA DELLE ISCRIZIONI AL REGISTRO DELLE IMPRESE STORICHE ITALIANE

Il Registro Nazionale delle Imprese Storiche è stato istituito nel 2011 da Unioncamere in collaborazione con le Camere di commercio territoriali e in occasione del 150° anniversario dell'Unità d'Italia. La finalità del Registro è evidenziare quelle imprese che hanno un secolo di vita e che hanno saputo trasmettere alle generazioni successive il loro inestimabile patrimonio di competenze e conoscenze, testimoni esemplari della forza, della tenacia e della capacità innovativa dei nostri imprenditori. Si tratta di imprese che in oltre cento anni sono passate attraverso guerre, crisi economiche, rivoluzioni tecnologiche e cambiamento dei mercati, mostrando quale straordinaria vitalità e resilienza possano esprimere gli imprenditori italiani. Il Registro coinvolge tutte le imprese, di qualsiasi forma giuridica, operanti in qualsiasi settore economico, ancora attive e iscritte al Registro Imprese,

con esercizio ininterrotto dell'attività nello stesso settore merceologico da almeno 100 anni. Le iscrizioni sono aperte: le aziende centenarie al 31 dicembre 2025 possono candidarsi entro il 30 settembre 2026, mentre quelle che compiranno 100 anni nel 2026 hanno tempo fino al 31 luglio 2027. Le imprese devono compilare e sottoscrivere il modulo di domanda che trovano sul sito di Unioncamere, allegare una breve relazione sulla vita dell'azienda dalla costituzione ai giorni nostri, nonché copia della documentazione storica, che permetta di dimostrare la data di avvio o costituzione dell'attività, qualora queste non coincidano con quelle indicate in visura camerale. Facoltativi per l'eventuale pubblicazione nel predetto Registro sono il logo o il marchio attuale dell'impresa, fotografie d'epoca o riproduzioni di documenti storici e pubblicazioni sulle origini e la storia dell'impresa.

GRUPPO PANIFICATORI

BIOVA BREAD BEER LAGO DI COMO: I PANIFICATORI PROTAGONISTI DELLA SOSTENIBILITÀ

Anche quest'anno i panificatori associati a Confcommercio Como rinnovano il loro impegno a favore della sostenibilità partecipando al progetto Biova Bread Beer Lago di Como, la birra artigianale realizzata con il pane invenduto recuperato dai forni del territorio e distribuita a chilometro zero in bar, alberghi, birrifici e negozi di alimentari. Confcommercio Como ringrazia i panificatori che hanno contribuito alla produzione dell'agosto 2026: **Ogni di di Agostoni P. e F. (Mariano Comense), Marra Pane Pasticceria Pause e Delizie (Cantù), Doppiozero di Antonio Condò (Lipomo) e Silvani Oliviero – The Olly (Como)**, insieme a tutti coloro che negli anni hanno sostenuto e fatto crescere questa iniziativa. "Dietro ogni bottiglia c'è il lavoro dei nostri panificatori e la volontà di valorizzare un prodotto simbolo

ATTIVITA' RICETTIVE

AREA LARIANA: UN SETTORE TURISTICO IN EVOLUZIONE

Interessante e molto partecipato l'incontro tenutosi dalla Camera di Commercio "La reputazione turistica dell'area lariana". Di seguito il riassunto dei dati presentati raccolti attraverso la piattaforma IODAH (Intelligence On Destination And Hospitality), la prima soluzione AI-powered all-inclusive per la gestione delle performance turistiche, che ha analizzato in profondità i trend e i risultati del territorio di Como e Lecco. I dati IODAH confermano che la reputazione è oggi il principale fattore decisionale nella scelta di una struttura ricettiva. A parità di prezzo, i clienti sono 3,9 volte più propensi a scegliere un hotel con una reputazione

BPER:

Premium

La nostra consulenza esclusiva, integrata e digitale.

INFORMAZIONE COMMERCIALE

In sintonia con il tuo futuro.

BPER Premium, il servizio di **consulenza esclusiva, integrata e digitale** per proteggere e valorizzare il tuo patrimonio.

Chiedi ai consulenti in Filiale.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Prima di effettuare scelte di investimento leggere i documenti di informativa precontrattuale disponibili in filiale o sul sito delle società di gestione. I prodotti assicurativi sono di Arca Assicurazioni, Unipol e UniSalute. Prima della sottoscrizione leggere il Set Informativo disponibile nella tua filiale o sul sito internet della Compagnia www.arcaassicura.it, www.unipol.it o www.unisalute.it.

del nostro mestiere - sottolinea Antonio Condò, Presidente del Gruppo Panificatori di Confcommercio Como - Dal 2022 al 2025 il progetto ha permesso di recuperare 1.386 kg di pane, produrre 23.100 litri di birra ed evitare l'emissione di 12.656 kg di CO₂".

superiore. Il 76% dei turisti è disposto a pagare prezzi più alti per strutture di qualità e reputazione elevata, e basta un incremento del 5% nella reputazione per vedere la disponibilità a spendere aumentare fino al 10%. Non è più solo la categoria dell'hotel a determinare il valore percepito, ma la reputazione costruita online e offline. Nel primo semestre 2026, il "Reputation Score Complessivo" dell'area lariana (province di Como e Lecco) ha raggiunto quota 85 su 100, in crescita di 0,2 punti rispetto al 2025. Il miglioramento è trainato soprattutto dai settori delle attrazioni/experience e dell'ospitalità, mentre l'enogastronomia resta indietro, con bassi valori nei livelli di servizio e rapporto qualità-prezzo, in particolare per la cucina internazionale a Como. La reputazione mostra forti variazioni stagionali, con pattern ripetuti: in calo da aprile ad agosto, in risalita da settembre a marzo. I turisti provenienti da Stati Uniti, Regno Unito, Australia, Polonia, Spagna e Germania sono i principali ambasciatori della reputazione lariana a livello mondiale. Un fenomeno in forte crescita è quello delle prenotazioni last-minute: negli ultimi tre giorni, il livello di occupazione per il mese di luglio è aumentato di 0,7 punti percentuali a Lecco e di 1,5 punti a Como.



Carmelo Fontana

AIRIA E CONFCOMMERCIO COMO: UNA COLLABORAZIONE PER IL FUTURO DELLE IMPRESE

La collaborazione tra Confcommercio Como e AIRIA nasce con un obiettivo preciso: accompagnare le imprese in un percorso di innovazione consapevole, offrendo strumenti, competenze e punti di riferimento per affrontare le sfide poste dalla trasformazione digitale e dall'intelligenza artificiale.

Da questa collaborazione prende vita anche una nuova rubrica de Il Faro, "Scenari Artificiali", uno spazio dedicato ad approfondire i temi più attuali e rilevanti legati alla transizione digitale. Attraverso interviste, approfondimenti, casi pratici e contributi di esperti, la rubrica offrirà spunti concreti, riflessioni e aggiornamenti per aiutare imprenditori e professionisti a comprendere le opportunità e le implicazioni delle nuove tecnologie, con un approccio pratico, etico e orientato al futuro.

Per inaugurare questo percorso e conoscere più da vicino la realtà di AIRIA, abbiamo intervistato il Presidente dell'Associazione, l'Avvocato Carmelo Fontana, che racconta la mission di AIRIA, il valore dell'ingresso di Confcommercio Como nei tavoli di lavoro dell'Associazione e l'importanza di creare un dialogo costante tra imprese, istituzioni e mondo dell'innovazione.

Nel corso dell'intervista, il Presidente condivide inoltre alcuni consigli rivolti agli imprenditori che desiderano avvicinarsi all'intelligenza artificiale in modo consapevole, utile, sicuro ed etico, trasformando questa tecnologia in un reale fattore di crescita e competitività.

Presidente, cos'è AIRIA e quale mission si pone?

Il dibattito pubblico sull'IA in Italia è spesso polarizzato: da una parte i catastrofisti, dall'altra gli entusiasti assoluti. Mancava un luogo che affrontasse il discorso con rigore e senza pregiudizi. AIRIA nasce così, per colmare questo vuoto. Insieme affrontiamo la centralità della regolazione per limitare i rischi e promuovere gli effetti positivi di una tecnologia utile, sicura e etica. Nella nostra associazione riuniamo aziende, accademici e professionisti che questi temi li vivono ogni giorno, perché non si può regolare ciò che non si capisce, né costruire in modo responsabile senza governare la tecnologia con regole adeguate. Sembra semplice, ma questa sarà la sfida dei prossimi anni.

Come considera l'adesione di Confcommercio Como all'Associazione?

Con genuina soddisfazione. Confcommercio Como porta in AIRIA la voce concreta delle imprese del territorio. La collaborazione è già operativa su più fronti: tre rappresentanti di Confcommercio Como entreranno nei nostri tavoli di lavoro

su trasformazione digitale e made in Italy; stiamo lavorando su tanti progetti concreti per supportare gli associati nel loro percorso di adozione e alfabetizzazione, mettendo a disposizione strumenti e contenuti. E, mi fa piacere ricordarlo, da comasco d'adozione le imprese del nostro territorio hanno un potenziale enorme per migliorare sia in termini di competitività che innovazione.

Cosa si sente di suggerire agli associati di Confcommercio Como sull'utilizzo dell'IA?

Informarsi e sperimentare, senza lasciarsi paralizzare dalla apparente complessità. È necessario creare nuove competenze senza aspettare di sentirsi pronti su tutto. Questa tecnologia è tutt'altro che una moda passeggera, chi inizia a usarla prima e in modo consapevole otterrà un vantaggio competitivo duraturo. Conoscere le regole e come navigarle è il primo passo per cimentarsi in un settore che all'inizio può intimorire. Anche per questo nasce questa collaborazione con Confcommercio Como: offrire alle imprese comasche uno stimolo, una visione realistica e un supporto competente.



NOVEMBRE 2026
EVENTO ESCLUSIVO

STORIE DI IA E IMPRESA: VANTAGGI, RISCHI E OPPORTUNITÀ'



L'APPLICAZIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) NEI SERVIZI FISCALI: A CHE PUNTO SIAMO?

Negli ultimi anni, l'Intelligenza Artificiale (IA) ha iniziato a trasformare in modo significativo il settore dei servizi fiscali, sia nell'ambito dell'Amministrazione finanziaria sia tra i professionisti che offrono consulenza e assistenza ai contribuenti. Il 2026 segna una fase di rapida evoluzione, in cui la tecnologia si afferma come leva strategica per l'efficientamento dei processi, la prevenzione del rischio fiscale e l'innovazione dei servizi. L'Agenzia delle Entrate e gli altri enti preposti alla gestione del sistema fiscale hanno adottato l'Intelligenza Artificiale principalmente nella fase preistruttoria delle attività di controllo. Gli algoritmi vengono utilizzati per analizzare grandi quantità di dati, individuare anomalie e selezionare le posizioni a rischio che meritano approfondimenti. Tuttavia, la tecnologia non sostituisce il lavoro umano: la decisione finale e l'emissione di provvedimenti restano prerogativa esclusiva dei funzionari, nel rispetto del principio del contraddittorio e della tutela dei diritti dei contribuenti. L'IA viene impiegata anche per automatizzare alcuni processi di assistenza, come la compilazione del Modello 730 tramite assistenti virtuali, e per migliorare la capacità di recupero fiscale, riducendo i margini per l'evasione. Anche tra i professionisti del settore fiscale, l'adozione dell'Intelligenza Artificiale è in forte crescita. Secondo il "Future Ready Accountant Report 2025", l'utilizzo quotidiano dell'IA è passato dal 9% nel 2024 al 41% nel 2025, con il 70% dei professionisti che ne valuta positivamente l'impatto. L'IA viene utilizzata per ottimizzare la gestione dei dati, automatizzare attività ripetitive, supportare l'analisi normativa e migliorare la qualità dell'assistenza ai clienti. Nonostante i vantaggi, la supervisione e il giudizio professionale restano imprescindibili. L'innovazione tecnologica nel settore fiscale è accompagnata

da un quadro normativo in costante aggiornamento. La Legge n. 132 del 2025 e il Regolamento UE garantiscono che l'IA sia utilizzata nel rispetto dei diritti fondamentali e della privacy. L'intervento umano è centrale non solo per la validazione dei risultati, ma anche per assicurare trasparenza, equità e fiducia nel sistema fiscale. L'Intelligenza Artificiale rappresenta oggi un alleato strategico per il Fisco e per i professionisti, consentendo di ottimizzare i processi, prevenire il rischio fiscale e offrire servizi innovativi ai contribuenti. Tuttavia, la trasformazione digitale richiede prudenza e responsabilità: la supervisione umana, il rispetto delle regole e la trasparenza sono condizioni imprescindibili per garantire l'equità e la fiducia nel sistema.

TRANSIZIONE 5.0: AL VIA LE DOMANDE PER IL NUOVO IPER-AMMORTAMENTO PER LE IMPRESE

Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) ha reso pienamente operativa la misura sul nuovo iper-ammortamento prevista dalla legge n. 199/2025, inserita nel quadro del "Nuovo piano transizione 5.0". A partire dalle ore 12:00 del 12 giugno 2026 è infatti attiva la piattaforma informatica sul portale del GSE per la presentazione delle comunicazioni preventive, primo passo necessario per riservare le risorse.

L'agevolazione è rivolta agli investimenti in beni materiali e immateriali tecnologicamente avanzati (4.0), oltre che ai sistemi per l'autoproduzione e l'autoconsumo di energia da fonti rinnovabili, effettuati a decorrere dal 1° gennaio 2026 e fino al 30 settembre 2028.

Per beneficiare dell'iper-ammortamento, le aziende devono seguire un rigido percorso burocratico strutturato in tre fasi distinte: la comunicazione preventiva, la conferma dell'acconto

e la comunicazione finale di completamento. L'Amministrazione ha chiarito che il mancato o tardivo invio di tali comunicazioni determina l'esclusione automatica dall'agevolazione.

In questa prima finestra temporale, accedendo all'Area Clienti del sito GSE tramite SPID o CIE, le imprese dovranno inserire i dati identificativi, la tipologia e l'ammontare degli investimenti previsti, unitamente alla data stimata di interconnessione dei beni o di entrata in funzione degli impianti energetici.

Entro i successivi 60 giorni dall'accoglimento della domanda, sarà obbligatorio inviare una comunicazione di conferma che attesti il pagamento di un acconto pari ad almeno il 20% del costo di acquisizione dei beni.

Una delle novità più rilevanti di questa edizione riguarda la fase di chiusura (da completare entro il 15 novembre 2028): non sono infatti più previste esenzioni per gli investimenti di importo inferiore a 300.000 euro. Ogni singola pratica dovrà essere obbligatoriamente corredata da una perizia tecnica asseverata e dalla certificazione contabile dei costi.

PER APPROFONDIMENTI

Ufficio Fiscale

0312441

fiscale@confcommerciocomo.it

(Rif. Antonio Giannetto)

Ufficio Sindacale

0312441

sindacale@confcommerciocomo.it

(Rif. Felice Frigerio)

LAVORO A CHIAMATA: UNA SOLUZIONE FLESSIBILE PER AZIENDE E LAVORATORI

Il lavoro a chiamata, o lavoro intermittente, rappresenta una delle forme contrattuali più flessibili oggi disponibili nel panorama lavorativo italiano. Questa tipologia di rapporto consente alle aziende di rispondere rapidamente a picchi di lavoro stagionali o a esigenze impreviste, offrendo al contempo ai lavoratori la possibilità di gestire in modo autonomo il proprio tempo e le proprie disponibilità.

Tuttavia, la gestione amministrativa del lavoro a chiamata può risultare complessa e soggetta a errori, soprattutto per quanto riguarda le comunicazioni obbligatorie e la corretta attivazione dei contratti. Per venire incontro alle esigenze delle imprese, Confcommercio Como Servizi mette a disposizione dei propri clienti paghe un servizio esclusivo: il Portale Intermittenti.

Il Portale Intermittenti è uno strumento innovativo che permette di gestire tutte le pratiche relative al lavoro a chiamata in modo semplice, veloce e sicuro. Grazie a questa piattaforma, l'assunzione di un lavoratore intermittente avviene con un solo click, eliminando il rischio di errori e garantendo la piena conformità alle normative vigenti. Il servizio è attivo 24 ore su 24, offrendo la massima comodità e flessibilità alle aziende che necessitano di attivare rapporti di lavoro in qualsiasi momento della giornata.

Per informazioni dettagliate e per attivare il servizio, è possibile contattare gli uffici al numero 031 2441 o scrivere a sindacale@confcommerciocomo.it. Scegliere il Portale Intermittenti significa affidarsi a un partner affidabile e competente, capace di semplificare la gestione del lavoro a chiamata e di offrire un supporto costante alle imprese del territorio.



CONFCOMMERCIO COMO

SERVIZI

PAGHE - FISCALE - CORSI

TRE AZIENDE SI AGGIUDICANO IL MARCHIO "IMPRENDIGREEN 2026"

È motivo di grande orgoglio vedere come sempre più aziende associate scelgano di unire competenze e impegno per contribuire al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030. Un percorso condiviso che testimonia una crescente sensibilità verso la tutela dell'ambiente per la costruzione di un futuro più sostenibile e che ad alcune di loro ha già permesso di ottenere il riconoscimento Imprendigreen.

Cos'è Imprendigreen

A inizio 2022 è stata lanciata un'iniziativa di Confcommercio legata alla sostenibilità articolata in una serie di strumenti e servizi per accompagnare e valorizzare le imprese nel percorso di transizione ecologica.

Alle aziende associate a Confcommercio viene assegnato un riconoscimento per le buone pratiche ambientali che hanno saputo adottare. Sarà sufficiente superare alcuni criteri contenuti in un disciplinare elaborato dalla Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa il cui scopo è contribuire al raggiungimento dei 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030.

Come partecipare a Imprendigreen

Sul sito imprendigreen.confcommercio.it basterà registrarsi utilizzando le stesse credenziali associative e compilare con semplici passaggi il questionario per valutare le performance e ottenere il riconoscimento. In base al punteggio ottenuto, sarà possibile concorrere alle diverse premialità che vengono riconosciute a chi otterrà il marchio.

Per chi volesse avere ulteriori informazioni, nella pagina dedicata all'ambiente sul sito www.confcommerciocomo.it è possibile trovare un approfondimento.

E tra gli associati ecco arrivare il riconoscimento per tre imprese virtuose nel campo della sostenibilità: Albergo Ristorante Tre Re di Como, DICOMO di Cernobbio, PIGI'S PIZZA di Como. Da parte dell'Associazione i più sinceri ringraziamenti alle tre aziende associate che siamo sicuri saranno da esempio per tante altre attività.



ATTIVITA' RICETTIVE: SICUREZZA NELLE PISCINE

La Camera dei deputati ha approvato all'unanimità un emendamento, concernente i sistemi di ricircolo per la depurazione delle acque delle piscine:

1. *Nelle piscine pubbliche o private destinate ad una utenza pubblica, ivi comprese quelle ad uso collettivo, il sistema di ricircolo per la depurazione ed in particolare di prese di aspirazione delle acque quali griglie di fondi, bocchettoni o ogni altro materiale allo scopo utilizzato, deve garantire la sicurezza atta ad impedire fenomeni vorticosi di aspirazione ad effetto ventosa nei confronti di ogni parte del corpo dei bagnanti.*
2. *In caso di violazione di quanto previsto al comma 1, è disposta la chiusura immediata dell'impianto fino all'adempimento degli obblighi ivi previsti.*
3. *Restano fermi gli ulteriori obblighi e responsabilità previsti dalla normativa vigente in materia di sicurezza, gestione e manutenzione delle piscine e degli impianti natatori.*

Si richiama inoltre l'attenzione sui seguenti aspetti organizzativi e di sicurezza:

- › Orari di accesso alla piscina;
- › Doccia e lavaggio piedi;
- › Utilizzo della cuffia;
- › Accompagnamento dei minori;
- › Numeri di emergenza;
- › Pulsante di arresto pompa piscina.

Per approfondimenti: www.confcommerciocomo.it.

Si raccomanda, inoltre, di esporre il documento informativo con le indicazioni rivolte allo staff, agli ospiti e ai minori da richiedere agli uffici: 031 2441 – info@confcommerciocomo.it (Rif. Jessica Mari).

DELEGAZIONE DI MENAGGIO APERTA ANCHE AD AGOSTO

Per rispondere al meglio alle esigenze degli associati, anche quest'anno l'ufficio della Delegazione di Menaggio resterà operativo per tutto il periodo estivo, garantendo un servizio di assistenza continuativa alle attività del Centro e Alto Lago, del Porlezese e delle valli limitrofe. Anche nel mese di agosto gli uffici di via Lusardi saranno regolarmente aperti con orario continuato: dal lunedì al venerdì, dalle ore 8.30 alle ore 17.00.

DOPPIOZERO DI CONDO': APERTO IL SESTO PUNTO VENDITA

Può un ragazzo appena quarantenne, vantare ben 6 punti vendita al suo attivo con ben 35 collaboratori? Pare di sì, è la storia di **Antonio Condò**, Presidente del Gruppo Panificatori di Confcommercio Como, che ha trasformato la sua passione in una vera e propria catena di montaggio talmente ben organizzata che gli ha permesso di aprire un sesto punto vendita oltre ai 5 già ben roditi: incomincia nel 2011 l'avventura con il primo negozio ad Albese con il nome Doppiozero (un richiamo alla tradizionale farina bianca dalla quale tutto nasce) per poi continuare con un punto ad Albavilla, Cesana Brianza, un laboratorio a Lipomo, un secondo punto ad Albese e in ultimo a Erba. Da Confcommercio Como un grazie ad Antonio Condò per l'esempio che può dare ai tanti giovani che come lui escono da una scuola professionale e si ritrovano catapultati in una realtà che va studiata e capita per poterla cavalcare. La passione, però, sarà sempre il primo motore del successo e la migliore guida lungo questo percorso.

COMO SALUTA DUE PROTAGONISTI DEL COMMERCIO

Due volti storici di Como, due persone che hanno dedicato la vita alla loro attività, sempre animati da quella passione che traspariva dai loro volti, due commercianti che eravamo abituati a vedere per il centro di Como e che a luglio ci hanno lasciato.

Enrico Butti, pilastro del marchio Butti Calzature che da decenni veste i piedi di grandi e piccoli, unendo tradizione, qualità e cura, aveva ereditato il negozio storico di Via Luini, per poi continuare con l'apertura di altri due punti vendita in città. Un occhio alla moda, ma senza tralasciare la qualità per offrire calzature non solo belle da indossare, ma capaci di garantire benessere quotidiano. Il merito di Enrico è anche quello di aver trasferito passione e professionalità ai figli Federico e Filippo che continuano l'attività con la stessa convinzione e forza ereditate dal papà.

Annamaria Croci, erede del negozio storico aperto dalla mamma Monica nel 1926. Inizialmente semplice "merceria" dove si era sicuri di trovare tutto, dai tessuti, ai capi di abbigliamento confezionati in casa, agli aghi e ferri, ai profumi. Poi l'abilità di Annamaria di capire che il mercato stava cambiando e bisognava evolversi: ecco prima trasformarsi in una boutique multimarca per signora e poi avvicinarsi al centro cittadino, prima con il Caffè Croci in via Cinque Giornate e successivamente con il prestigioso negozio Vitrum in Piazza Duomo gestito fino al 2019 insieme alla figlia Monica, una vera e propria boutique dove l'eleganza e la qualità erano le due parole d'ordine.

HOTEL DU LAC: 70 ANNI DI STORIA E OSPITALITÀ

L'Hotel Du Lac di Bellagio celebra 70 anni di attività: un importante traguardo che racconta una storia di passione, tradizione e impegno nel mondo dell'ospitalità. Nato nel 1956, l'hotel ha saputo attraversare sette decenni di cambiamenti mantenendo saldi i valori dell'accoglienza, della qualità e del forte legame con il territorio di Bellagio e del Lago di Como. Questo anniversario assume un significato speciale per Luca Leoni, presidente degli Albergatori di Confcommercio Como e titolare della struttura, che rappresenta una continuità imprenditoriale fondata sulla cura degli ospiti e sulla valorizzazione del patrimonio turistico locale. Settant'anni di storia sono il risultato del lavoro di generazioni, della passione di una squadra e della capacità di guardare al futuro senza dimenticare le proprie radici. A Luca Leoni, la famiglia e lo staff vanno le congratulazioni per questo prestigioso anniversario, con l'augurio di continuare a essere un punto di riferimento dell'ospitalità sul Lago di Como.

FARMACIA ANGLESE COMPIE 70 ANNI

Da 70 anni la Farmacia Anglese è un punto di riferimento per la comunità di Lurate Caccivio. Attiva dal 1956, prima in via Unione e dal 1960 nell'attuale sede di via Volta, ha saputo conquistare nel tempo la fiducia di clienti provenienti anche dai comuni vicini. Oggi la farmacia è guidata dalla **Dott.ssa Luisella Anglese**, terza generazione di una storia iniziata nel 1930 a Genova con il nonno Mario e proseguita con il padre Eugenio. Accanto a lei opera oggi il figlio Marco, rappresentante della quarta generazione, nel segno della continuità di una tradizione fatta di professionalità, ascolto e attenzione alla persona. Un percorso reso possibile anche grazie al contributo di collaboratori che hanno condiviso la stessa filosofia: mettere sempre il cliente al centro, riconoscendo il ruolo del farmacista come punto di riferimento per il benessere della comunità. Confcommercio Como si congratula per questo importante anniversario, augurando di continuare a scrivere nuove pagine di una storia costruita con passione, dedizione e spirito di servizio.

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 30/09

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



ENTE MUTUO
REGIONALE
ASSISTENZA SANITARIA



CORSI SOCIAL E DIGITALI PER AZIENDE, FINANZIATI O A PAGAMENTO

Confcommercio Como lancia una nuova stagione di corsi dedicati al mondo social e digitale, pensati per tutte le aziende che desiderano rafforzare la propria presenza online e migliorare la comunicazione con i clienti. Grazie al sostegno degli Enti Bilaterali del Terziario e del Turismo della Provincia di Como, molte di queste proposte formative sono finanziate al 100% per le imprese aderenti, offrendo così un'opportunità unica di crescita senza costi aggiuntivi. Per chi non rientra nei requisiti di finanziamento, i corsi sono comunque disponibili a pagamento.

Ecco alcuni dei corsi attualmente disponibili:

Canva per i Social: uno Strumento Semplice e Potente per Creare Contenuti Attraenti

Un corso di 6 ore, interamente in videoconferenza, che guida i partecipanti nell'utilizzo di Canva, la piattaforma ideale per creare contenuti visivi accattivanti. Dalla progettazione alla pubblicazione, il corso offre una panoramica completa per ottimizzare la comunicazione sui social media.

Smart Photography Aziendale: realizza Foto Professionali con il Tuo Smartphone

In sole 4 ore, questo corso insegna come sfruttare al massimo la fotocamera dello smartphone per realizzare immagini di qualità professionale, perfette per siti web e social network come Facebook, Instagram e TikTok. Anche questo percorso si svolge in videoconferenza.

Creare Contenuti con l'Intelligenza Artificiale

Un'opportunità di 4 ore per scoprire come le intelligenze artificiali, tra cui ChatGPT, possono supportare la creazione di contenuti aziendali efficaci per il web e i social media. Il corso si svolge online e offre strumenti pratici per innovare la comunicazione digitale.

WhatsApp Business: il Tassello Fondamentale per una Comunicazione Multicanale

Questo corso di 4 ore, in videoconferenza, è dedicato all'utilizzo strategico di WhatsApp Business come parte integrante di una strategia multicanale. I partecipanti impareranno a gestire la comunicazione con i clienti in modo più diretto, efficace e professionale.

Come Partecipare

Per accedere ai corsi finanziati, è necessario che l'azienda sia iscritta agli Enti Bilaterali del Terziario e del Turismo della Provincia di Como.

Un'occasione imperdibile per investire nella formazione digitale e social della propria azienda, restando sempre al passo con le nuove tendenze del mercato.

**INQUADRA IL QR CODE
PER SCOPRIRE LE DATE, I COSTI E
PROCEDERE CON LA PRENOTAZIONE**



**Per informazioni e approfondimenti
Area Formazione**

0312441

**formazione@confcommerciocomo.it
(Rif. Barbara Grigioni)**



CONFCOMMERCIO COMO
SERVIZI
PAGHE - FISCAL - CORSI

UFFICIO DI RECAPITO

CENTRO VALLE INTELVI - LARGO IV NOVEMBRE, 9

QUI TROVERAI

Assistenza per l'apertura di una nuova attività

Assistenza su bandi e finanziamenti dedicati

Cartellonistica obbligatoria multilingue

Check up per risparmiare sui costi di energia elettrica e gas

Corsi di formazione e aggiornamento professionale

Tenuta paghe e contabilità

Assistenza su: digitale, legale, assicurativo, privacy

E molto altro!

L'UFFICIO SARÀ APERTO



09 SETTEMBRE



30 SETTEMBRE



14 OTTOBRE



28 OTTOBRE



11 NOVEMBRE



25 NOVEMBRE



09 DICEMBRE

INFO E PRENOTAZIONI

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