

# Da Intesa Sanpaolo 700 milioni per le imprese del commercio lombarde

*Gli associati potranno chiedere finanziamenti da 18 mesi a sei anni, con preammortamento di 24 mesi, per esigenze di liquidità a fronte del calo di fatturato*

Confcommercio-Imprese per l'Italia e Intesa Sanpaolo hanno siglato un nuovo accordo per ampliare con ulteriori 3 miliardi di euro il supporto di 2 miliardi già varato nel mese di marzo 2020 per le imprese associate alla Confederazione. L'accordo nazionale è già pienamente operativo sul territorio, dove la rete associativa di Ascom Confcommercio e le filiali di Intesa Sanpaolo hanno coordinato la comunicazione alle Imprese e le modalità di collaborazione per fare arrivare agli operatori la liquidità necessaria per fronteggiare la crisi.

Nel dettaglio, Intesa Sanpaolo propone agli associati Confcommercio finanziamenti di 18 mesi meno un giorno, di cui 6 di pre-ammortamento, finalizzati anche ad anticipare i crediti di imposta che matureranno sugli affitti e finanziamenti fino a sei anni, con preammortamento di 24 mesi, per esigenze di liquidità a fronte della riduzione di fatturato. Le soluzioni di finanziamento potranno essere abbinate alle misure del Decreto Liquidità per l'accesso al Fondo Centrale di Garanzia e alla Garanzia Italia di Sace.

## **I benefici per le imprese**

Il gruppo bancario italiano, inoltre, estenderà fino a giugno 2021 agli associati Confcommercio i benefici dell'accordo per accedere ai portafogli di finanziamento tranché cover del valore di 100 milioni di euro, per favorire gli investimenti e supportare la necessità di liquidità a condizioni vantaggiose,

mentre sarà estesa a fine 2021 la convenzione che riguarda la restituzione delle commissioni sulle transazioni fino a 10 euro effettuate tramite POS Intesa Sanpaolo. Confcommercio e Intesa Sanpaolo si avvarranno inoltre del sistema dei Confidi attivando tavoli di confronto per declinare al meglio le iniziative sul territorio.

“Il nuovo accordo con Intesa Sanpaolo assume un significato ancora più importante sul territorio alla luce di quanto avvenuto con l’acquisizione di Ubi Banca e dimostra, ancora una volta, l’importanza della collaborazione tra banche e associazioni a favore delle imprese – sottolinea **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** –. In un momento di difficoltà economica e di crisi, infatti, poter disporre di liquidità diventa essenziale per la sopravvivenza delle nostre imprese”.

**Tito Nocentini, Direttore regionale Lombardia di Intesa Sanpaolo:** “L’aggiornamento dell’accordo con Confcommercio si traduce in potenziali 700 milioni di nuovo credito per gli esercenti in Lombardia. Quando abbiamo siglato il primo accordo, quasi un anno fa, eravamo all’inizio della pandemia e ritenemmo importante dare subito un segnale di vicinanza alle imprese. Con questo rinnovo confermiamo la volontà di continuare a sostenerle nel percorso di crescita e rilancio che tutti auspichiamo”.

---

## **Saldi invernali: in Lombardia si comincia il 7 gennaio**

Al via i saldi invernali che in Lombardia prenderanno il via il 7 gennaio, con una durata di 60 giorni e quindi fino a

domenica 7 marzo 2021.

Per effetto della situazione di emergenza provocata dalla pandemia, l'Ufficio Studi Confcommercio stima che quest'anno lo shopping dei saldi interesserà oltre 15 milioni di famiglie e ogni persona spenderà circa 110 euro, muovendo però in totale 4 miliardi di euro contro i 5 miliardi dell'anno scorso. In Bergamasca, secondo Ascom Confcommercio Bergamo, la stima è più alta con una spesa procapite di circa 124 euro, e una spesa complessiva di oltre 138 milioni di euro.

*“Sono saldi all'insegna della confusione creata dal susseguirsi dei decreti del Governo che destabilizzano i consumatori e ovviamente gli operatori, costretti a rispettare un calendario di aperture e chiusure alternato che non giova alle imprese – rileva **Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio** -. Non dimentichiamo però che i saldi rappresentano sempre una grande opportunità per il commercio al dettaglio. L'emergenza sanitaria e la crisi hanno infatti messo in ginocchio tutto il settore: le stime parlano di oltre 20 mila imprese in Italia a rischio chiusura, con circa 55 mila lavoratori a rischio disoccupazione. Invitiamo quindi i consumatori ad acquistare nei negozi di prossimità ma anche a diffidare da sconti esagerati e confidiamo nell'onestà e nella trasparenza di tutta la categoria”.*

*“Veniamo da mesi difficili con le chiusure di novembre e un dicembre con consumi a singhiozzo anche a causa dei ritardi del cashback – aggiunge **Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo** -. C'è poi il rebus chiusure alle porte, con danni soprattutto per i negozi nei centri commerciali, e l'impatto del commercio elettronico sui saldi che, di fatto, è un'ulteriore spada di Damocle sulla categoria. Alla luce di queste problematiche, occorre che il Governo garantisca la libertà di spostamento tra i comuni e quindi anche una stabilità di apertura dei negozi, anche perché dopo questo*

*primo weekend di saldi i rischi di assembramento al loro interno saranno minori”.*

## **La guida e il vademecum sui saldi**

Confcommercio ha pubblicato una guida dedicata ai saldi ([www.confcommercio.it/-/saldi](http://www.confcommercio.it/-/saldi)) Si tratta di un vademecum utile sia ai consumatori sia ai negozianti dedicato ai saldi e, in generale, alle vendite straordinarie (vendite di fine stagione, vendite promozionali, vendite di liquidazione).

**Per il corretto acquisto degli articoli in saldo, inoltre, Federazione Moda Italia e Confcommercio ricordano alcuni principi di base sui saldi ai tempi del Covid:**

1. **Cambi:** la possibilità di cambiare il capo dopo che lo si è acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante, a meno che il prodotto non sia danneggiato o non conforme (d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo). In questo caso scatta l'obbligo per il negoziante della riparazione o della sostituzione del capo e, nel caso ciò risulti impossibile, la riduzione o la restituzione del prezzo pagato. Il compratore è però tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.
2. **Prova dei capi:** non c'è obbligo. È rimesso alla discrezionalità del negoziante.
3. **Pagamenti:** le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante e vanno favoriti i pagamenti *cashless*.
4. **Prodotti in vendita:** i capi che vengono proposti in saldo devono avere carattere stagionale o di moda ed essere suscettibili di notevole deprezzamento se non

venduti entro un certo periodo di tempo.

5. **Indicazione del prezzo:** obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita, lo sconto e il prezzo finale.
6. **Rispetto delle distanze:** occorre mantenere la distanza di un metro tra i clienti in attesa di entrata e all'interno del negozio.
7. **Disinfezione delle mani:** obbligo di igienizzazione delle mani con soluzioni alcoliche prima di toccare i prodotti.
8. **Mascherine:** obbligo di indossare la mascherina fuori dal negozio, in store ed anche in camerino durante la prova dei capi.
9. **Modifiche e/o adattamenti sartoriali:** sono a carico del cliente, salvo diversa pattuizione.
10. **Numero massimo di clienti in store:** obbligo di esposizione in vetrina di un cartello che riporti il numero massimo di clienti ammessi nei negozi contemporaneamente.

Confcommercio segnala, inoltre, le varie iniziative promosse sull'intero territorio nazionale da Federazione Moda Italia, come "Saldi Chiari e Sicuri", "Saldi Trasparenti", "Saldi Tranquilli".

---

# Referendum, ecco i risultati Comune per Comune

In Bergamasca l'affluenza più alta (47,37%) contro il 38,26% regionale. Ecco il link con tutti i dati

---

# Black friday, anche in Lombardia "legali" i supersconti

La Giunta regionale ha eliminato il divieto alle vendite straordinarie dal 25 novembre al 31 dicembre, che lo scorso anno aveva di fatto messo fuorilegge la corsa allo shopping. Fusini (Ascom): «Resta il divieto nei 30 giorni prima dei saldi». Borghi (Federmoda): «Opportunità per promuovere anche cultura, food e design»

---

# Start-Up Factory, anche Bergamo fa scuola ai nuovi imprenditori

All'evento milanese la testimonianza del presidente dei Giovani Ascom, Luca Bonicelli. «Per avere successo non importa da dove si viene, ma sapere dove si vuole andare»

---

# **Sagre, la stretta si avvicina. Ecco le regole per i Comuni**

Approvate le linee guida regionali. Fusini: «Una buona legge, ora tocca alle amministrazioni interpretarla e svolgere la vigilanza»

---

# **L'indagine / Imprese, la carica delle reti. In Lombardia crescono del 25%**

Nel 2015 sottoscritti 500 nuovi contratti. I numeri e l'identikit in un'indagine di Confcommercio Lombardia, che ha anche premiato 23 aggregazioni nei settori commercio, turismo e servizi

---

# **Contenimento dello smog, le**

# **proposte di Confcommercio Lombardia**

Incentivi per l'acquisto di veicoli meno inquinanti, sostegno alle imprese green, ma anche interventi sul fronte del riscaldamento, dell'edilizia e alcune buone prassi: le linee dell'Associazione per «uscire dalla logica dell'emergenza»

---

## **Agenti immobiliari, il bergamasco Patelli coordinatore regionale Fimaa**

Il presidente della categoria Ascom succede a Tino Taverna, eletto alla presidenza nazionale. «Tra gli obiettivi il potenziamento dei servizi agli associati e un borsino degli immobili lombardi»

---

## **Turismo, premi per 96mila euro a foto e video che raccontano la Lombardia**





“Wonderful Lombardy – Storie e immagini per scoprire la Lombardia” è il titolo e l’obiettivo del concorso aperto a fotografi e videomaker – ma anche a registi, accademie e scuole del settore delle arti visive – che la Regione Lombardia ha lanciato per promuovere e valorizzare l’attrattività turistica nel mercato globale.

La delibera approvata dalla giunta, su proposta dell’assessore al Commercio, Turismo e Terziario Mauro Parolini, mette a disposizione un montepremi di 96mila euro, che sarà ripartito ai vincitori delle categorie previste nelle due sezioni

Il concorso prevede inoltre un riconoscimento speciale per le opere presente dai giovani tra i 18 e i 28 anni e per i migliori concorrenti non professionisti.

«Il turismo oggi gioca gran parte della propria partita sull’efficacia della comunicazione e sulla capacità di sfruttare al meglio il grande potere del racconto. In questo contesto molto dinamico, che continua ad offrire grande opportunità di crescita – ha commentato l’assessore Parolini – il linguaggio delle immagini gioca un ruolo particolarmente importante, soprattutto nelle attività di promozione sulla rete». «Wonderful Lombardy – ha aggiunto – non è un semplice slogan, ma è la sintesi più appropriata per descrivere una regione realmente meravigliosa e con una grande attrattività turistica, che passa attraverso la bellezza delle città d’arte, dei laghi e delle montagne, la tradizione enogastronomica, quella religiosa e la vivacità del suo tessuto economico. Riacquistare la consapevolezza di questo patrimonio è un passaggio fondamentale che deve essere supportato da una attività di promozione innovativa e di qualità. Con questo concorso, aperto fino al 30 settembre 2015 ci poniamo pertanto l’obiettivo di premiare la creatività di chi opera nel settore delle arti visive, per potere raccontare la storia e la bellezza della Lombardia, soprattutto quella

meno conosciuta e quella in grado di esprimere eccellenze in settori turistici dalle potenzialità ancora inesprese, attraverso la narrazione e la suggestione delle immagini».

Le categorie del concorso sono:

## **Sezione audiovisivi**

1. Cortometraggio finalizzato a far conoscere attraverso il racconto di una storia aspetti particolari e inconsueti della Lombardia, di cui generalmente non si parla né sulle guide né sugli opuscoli turistici.
2. Video virale per la promozione turistica della Regione Lombardia. Il video è finalizzato alla diffusione sul web e attraverso altri media di comunicazione preposti alla valorizzazione del territorio lombardo.
3. Mini guide video su destinazioni/prodotti turistici, con riferimento agli ambiti laghi, città d'arte, cicloturismo, enogastronomia della Lombardia.

Per ciascuna delle tre categorie della sezione audiovisivi il primo premio è di 8mila euro, il secondo di 6mila e il terzo di 4mila.

## **Sezione fotografica**

1. categoria acqua, laghi e montagne della Lombardia
2. categoria città d'arte, borghi e nuove polarità urbane della Lombardia
3. categoria moda, design e shopping in Lombardia.

Per ciascuna delle tre categorie, il primo premio è di 5mila euro, il secondo di 3mila e il terzo di 2mila.

Audiovisivi e fotografie dovranno essere originali ed inediti. Ciascun partecipante può inviare una sola fotografia, un solo audiovisivo oppure una fotografia e un audiovisivo.

Possono partecipare al concorso:

- persone fisiche: tutte le persone maggiorenni, che abbiano compiuto il diciottesimo anno di età entro il 30 settembre 2015, residenti in Italia e all'estero. In particolare il concorso è rivolto a filmmakers, videomakers, fotografi, registi, grafici, anche non professionisti, studenti e diplomati di licei artistici, accademie di belle arti, corsi universitari, scuole professionali del settore delle arti visive, e soggetti qualificati in attività similari che operano sull'intero territorio dell'Unione Europea.
- classi o gruppi di studenti di licei artistici, accademie di belle arti, corsi universitari, scuole professionali del settore delle arti visive. Ogni gruppo partecipante dovrà presentare il proprio progetto con la supervisione di un docente dell'istituto/facoltà universitaria di appartenenza.

Per i dettagli: [www.commercio.regione.lombardia.it](http://www.commercio.regione.lombardia.it)