

TRAGUARDO ANTICIPATO DI 10 ANNI GRAZIE ALL'ADDIO AL GAS. DAL 2027 STOP AL CARBONE

Enel sarà Net Zero già nel 2040

Il piano al 2024 e le linee strategiche al 2030 aprono il decennio dell'elettrificazione. Cedola a 0,43 euro Opzione borsa per la mobilità elettrica con lo spin-off di Enel X. Debito verde al 65%. E il titolo fa +2%

DI ANGELA ZOPPO

Starace: la nuova sfida è portare nel mondo la nostra energia pulita

di Silvia Berzoni

La spunta sull'elettrificazione, la crescita degli investimenti, l'ipotesi Ipo per la mobilità elettrica e - come bussola - l'anticipazione di ben 10 anni, dal 2050 al 2040, del traguardo Zero emissioni nette, favorito anche dall'addio al carbone (2027) e al gas (2040). Il nuovo piano industriale di Enel 2022-24, presentato ieri a Milano insieme alle linee strategiche al 2030, raccoglie un testimone ideale dalle rinnovabili, e apre quello che l'ad Francesco Starace definisce «decennio dell'elettrificazione». Non che le rinnovabili vengano trascurate, anzi. Dei circa 170 miliardi d'euro di investimenti diretti, quasi la metà, circa 70 miliardi, saranno dedicati proprio alle rinnovabili nei Paesi Tier 1 (Italia, Spagna, Romania, Stati Uniti d'America, Brasile, Cile, Colombia, Perù), con un incremento di circa

Abbiamo la presentazione del nuovo piano d'impresa al 2024, l'ad dell'Enel, Francesco Starace, ha parlato ai microfoni di *Class CNBC*.

Domanda. Quali sono le vostre priorità strategiche?

Risposta. Nel decennio scorso il mondo ha scoperto le rinnovabili. In quello appena iniziato il tema nuovo è l'elettrificazione dei consumi energetici. Abbiamo preparato Enel ad affrontare questa sfida: portare un'elettricità pulita e rinnovabile in giro per il mondo, per tutti i clienti che vorranno approfittare di questa incredibile possibilità che la tecnologia offre.

D. Entro il 2040 tutta l'energia venduta sarà da fonti rinnovabili e uscirà dal gas nel retail...

R. Anticipiamo di 10 anni questo target, che non riguarda solo l'energia prodotta ma anche quella che consumano i nostri clienti, quindi tutti gli «Scop» 1, 2 e 3. La nostra attività sarà decarbonizzata entro il 2040, invece che al 2050.

D. Un piano d'investimenti cospicuo: 170 miliardi fino al 2030 e il proposito di triplicare il portafoglio delle rinnovabili.

R. Se ne aggiungeranno altri 40 d'investimenti che altre aziende, con noi, aggiungeranno allo sforzo che stiamo facendo. Ci porteranno non solo a triplicare la capacità rinnovabile, già oggi la più grande al mondo tra le aziende private, ma anche a digitalizzare del tutto le nostre reti elettriche e trasformare in profondità tutto il modo di operare dell'Enel.

D. Quali vantaggi per i clienti finali?

R. La logica di fondo è che spostando i consumi dai combustibili fossili all'elettricità da rinnovabili il cliente medio riesce a risparmiare, utilizzando un'energia molto pulita che non ha contenuto di carbonio.

a dare sorprese negative. Non vorrei essere pessimista, ma stiamo vedendo e toccando con mano cosa significhi affidarsi a un'unica fonte energetica fossile, ossia il gas. Bisogna fare di tutto per accelerare gli sforzi e uscire da questa dipendenza.

D. I vostri piani di crescita prevedono anche acquisizioni?

R. Ci sono deal di taglia medio-piccola e media che continueremo a fare. Guarderemo piattaforme tecnologiche o società attive in mercati in cui

vogliamo creare una posizione integrata.

D. Quanto alla mobilità?

R. Abbiamo costruito una società

pronta a essere vicina in maniera chiara, a livello globale. Si tratta di una delle più grandi piattaforme private e pubbliche di punti di ricarica al mondo. La guida Elisabetta Ripa, che ha dimostrato con Opel l'



Class CNBC

D. Cosa prevede nel breve termi-

ENEL, I TARGET DI CRESCITA DI MARGINI E CEDOLA

Obiettivi finanziari (%)	
EMITTA ORDINARIO	
UTILE NETTO ORDINARIO	
Creazione di valore	
DPS FISSO (OPERAZIONI)	
RENDIMENTO IMPLICITO	
(*) In miliardi di euro	

84 Gw, dei quali 9 Gw di in tutto, portando il totale a Gw entro il 2030, il triplo portafoglio 2020). Questo sentirà di tagliare i costi di produzione fino al 50%. Ma la metà che altri 70 miliardi di andranno al business Infrastrutture e Reti, con un aumento ben 10 miliardi di euro rispetto al Piano precedente. La creazione di valore passa anche per il riassetto di Enel Come Emi con l'investimento, ha

Camera Commercio Milano, un salone targato Telesia

Telesia, media-tech company quotata all'Egm di Borsa Italiana, è stata chiamata dalla Camera di commercio di Milano-Monza Brianza-Lodi in qualità di partner tecnologico per trasformare la customer experience dei visitatori del rinnovato Salone di via Meravigli, inaugurato lunedì 22 con l'incontro «L'età Ibrida» a cura di Paolo Iabichino. «Oggi siamo nel Salone del Futuro, luogo che più di altri esprime l'incontro tra fisico e digitale, dove le imprese trovano udienza analogica con gli esperti della Camera e allo stesso tempo nascono iniziative legate al mondo digitale da cui non si può prescindere» ha dichiarato Iabichino. Telesia (che fa parte della casa editrice di MF) ha affiancato Camera di commercio fin da inizio progetto e ha poi curato sviluppo e messa in opera del Salone per realizzare un network dedicato a informazione e servizi ai cittadini lombardi e rendere la permanenza degli utenti momento d'intrattenimento e aggiornamento. «Un sistema evoluto che ha raccolto i contenuti di diverse fonti informative all'interno di un unico layout personalizzato che integra anche il sistema di gestione delle code di attesa», precisa Stefano Nuccio, chief technology officer di Telesia. (riproduzione riservata)

Eataly si avvia

di Andrea Giacobino

Eatinvest, società controllata dalla famiglia di Nino "Oscar" Formigoni che tiene il 58,1% di Eataly, il gruppo di ristorazione parigino, fra gli altri dal club degli italiani di Gianni Tomba della società sempre Carlo Alberto di Elisa Miraglia del marito Carlo Alberto Buffigo Filangieri, fa un passo verso la borsa tra l'emissione di strumenti di capitale. Qualche giorno davanti al notaio Giuseppe Nitalo "Oscar", con Ansuino veste di presidente della straordinaria che

Camera Commercio Milano: un salone targato Telesia (MF)

25-11-2021 | 08:18

MILANO (MF-DJ)--Telesia, media-tech company quotata all'Egm di Borsa Italiana, è stata chiamata dalla Camera di commercio di Milano-Monza Brianza-Lodi in qualità di partner tecnologico per trasformare la customer experience dei visitatori del rinnovato Salone di via Meravigli, inaugurato lunedì 22 con l'incontro «L'età Ibrida» a cura di Paolo Iabichino.

«Oggi siamo nel Salone del Futuro, luogo che più di altri esprime l'incontro tra fisico e digitale, dove le imprese trovano udienza analogica con gli esperti della Camera e allo stesso tempo nascono iniziative legate al mondo digitale da cui non si può prescindere» ha dichiarato Iabichino. Telesia (che fa parte della casa editrice di MF) ha affiancato Camera di commercio fin da inizio progetto e ha poi curato sviluppo e messa in opera del Salone per realizzare un network dedicato a informazione e servizi ai cittadini lombardi e rendere la permanenza degli utenti momento d'intrattenimento e aggiornamento. «Un sistema evoluto che ha raccolto i contenuti di diverse fonti informative all'interno di un unico layout personalizzato che integra anche il sistema di gestione delle code di attesa», precisa Stefano Nuccio, chief technology officer di Telesia.

fch

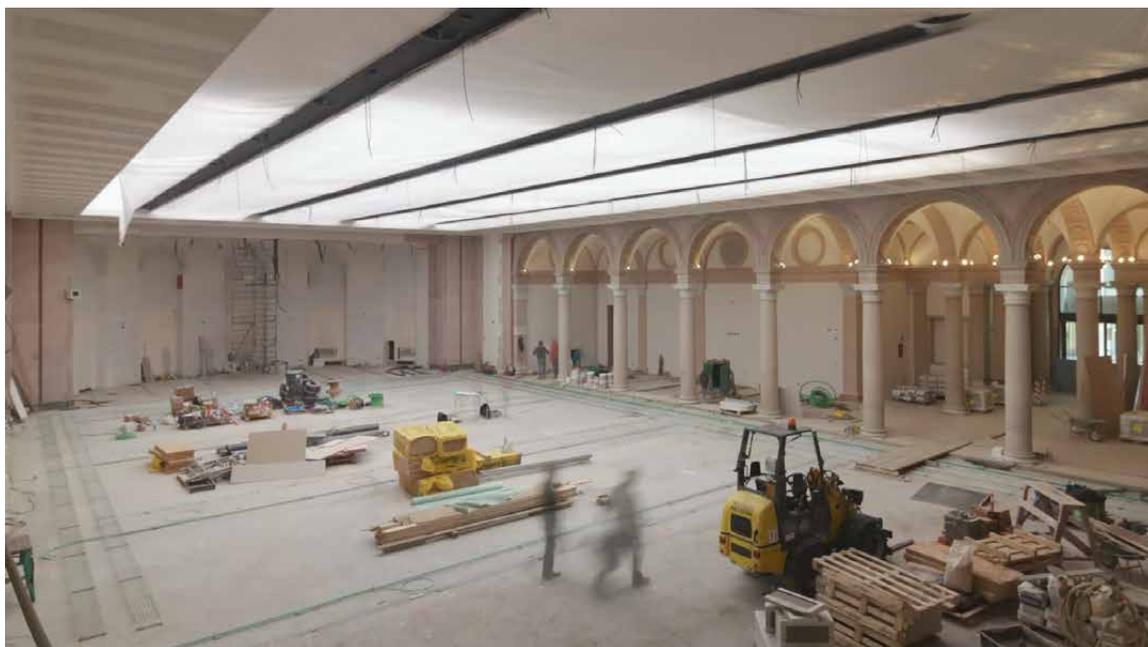
CAMERA COMMERCIO MILANO: UN SALONE TARGATO TELESIA (MF)

25/11/2021 08:17

MILANO (MF-DJ)--Telesia, media-tech company quotata all'Egm di Borsa Italiana, e' stata chiamata dalla Camera di commercio di Milano-Monza Brianza-Lodi in qualita' di partner tecnologico per trasformare la customer experience dei visitatori del rinnovato Salone di via Meravigli, inaugurato lunedì 22 con l'incontro "L'eta' Ibrida" a cura di Paolo Iabichino. "Oggi siamo nel Salone del Futuro, luogo che piu' di altri esprime l'incontro tra fisico e digitale, dove le imprese trovano udienza analogica con gli esperti della Camera e allo stesso tempo nascono iniziative legate al mondo digitale da cui non si puo' prescindere" ha dichiarato Iabichino. Telesia (che fa parte della casa editrice di MF) ha affiancato Camera di commercio fin da inizio progetto e ha poi curato sviluppo e messa in opera del Salone per realizzare un network dedicato a informazione e servizi ai cittadini lombardi e rendere la permanenza degli utenti momento d'intrattenimento e aggiornamento. "Un sistema evoluto che ha raccolto i contenuti di diverse fonti informative all'interno di un unico layout personalizzato che integra anche il sistema di gestione delle code di attesa", precisa Stefano Nuccio, chief technology officer di Telesia. fch (fine) MF-DJ NEWS

Il nuovo Salone delle Imprese in via Meravigli a Milano: la ristrutturazione in timelapse

24 NOVEMBRE 2021



CorriereTv

È stato inaugurato lunedì 22 novembre, nell'ottocentesco Palazzo Turati di via Meravigli 11 a Milano, il nuovo Salone delle imprese di Camera di commercio di Milano Monza Brianza e Lodi. Il video in timelapse mostra i lavori di ristrutturazione appena conclusi. Il nuovo Salone è stato progettato come uno spazio «ibrido» in cui digitale e fisico si possano integrare. Architettura e tecnologia sono pensate per avvicinare utente e operatore; sono stati introdotti servizi self-service e spazi di accoglienza sia per il pubblico che per i dipendenti. Il Salone, totalmente ripensato, assume il ruolo di spazio di incontro a diversi livelli: istituzionale, informativo, digitale, Business to Business. All'evento di inaugurazione hanno partecipato Carlo Sangalli, Presidente Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, Elena Vasco, Segretario Generale Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi; Roberta Cocco, Coordinatrice comitato esecutivo per la PA Digitale Ministero per l'Innovazione tecnologica e la Transizione digitale; Simone Frigerio, General Manager Gruppo Frigerio; Paolo Iabichino, Direttore Creativo e Fondatore Osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia.

Camera di Commercio di Milano, inaugurato il salone “ibrido” che punta sui servizi digitali alle imprese

Nella storica sede di via Meravigli sportelli mobili fisici e virtuali, postazioni wi-fi e schermi ad alta risoluzione convivono con il restyling conservativo di colonnati e pavimenti originali

di Federica Venni
23 NOVEMBRE 2021



Un ponte tra la storia, quella di Palazzo Turati, e il futuro, cioè la digitalizzazione dei servizi alle imprese. Ecco il nuovo salone della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, che nel palazzo di via Meravigli ridisegnato negli anni Cinquanta da Achille e Piergiacomo Castiglioni ha la sua sede da quasi settant'anni. Qui sportelli mobili fisici e virtuali, postazioni wi-fi e schermi ad alta risoluzione convivono con il restyling conservativo di colonnati e pavimenti originali. Inaugurato ieri durante un convegno sull'“Età ibrida della pubblica amministrazione”, è lo spazio istituzionale dell'Ente, dove le imprese accedono a tutti i servizi loro dedicati: ci sono sia i canonici sportelli informativi, sia postazioni self service, con salottini per l'accoglienza e box di lavoro iperconnessi.

Perché la digitalizzazione e il conseguente superamento di tanti scalini burocratici è un percorso indispensabile per tutti, come dimostrano i dati forniti dalla stessa Camera di Commercio: da gennaio a ottobre 2021 sono state circa 107 mila le richieste di imprenditori e cittadini gestite in maniera digitale, il 63 % in più rispetto allo stesso periodo del 2019. E, guardando al medio e lungo periodo, gli obiettivi degli imprenditori vanno tutti nella stessa direzione, come dimostra un'indagine condotta su un campione di circa mille utenti: l'82% è favorevole alla digitalizzazione dei servizi e il 65% di chi già conosceva i servizi on line vorrebbe implementarli. Anche perché la pandemia, che ha fatto del virtuale una necessità, ha cambiato abitudini ed esigenze: chi non usava i servizi online si è dovuto convertire, con un 10% delle imprese che si è approcciato proprio per la prima volta al digitale. Ma quali sono stati i servizi online più utilizzati? Chi ha chiesto l'accesso agli sportelli virtuali lo ha fatto per gestire le procedure e consultare l'avanzamento delle pratiche in tempo reale, per comunicare con i diversi Enti da un unico punto di accesso, per ottenere velocemente indicazioni chiare e aggiornate su come portare a termine una specifica attività e per ricevere informazioni, aggiornamenti e notizie sulle opportunità da cogliere. Ma quella per gli spazi fisici e le attività “in presenza” non deve diventare nostalgia, ma una prassi da mantenere: soprattutto per quanto riguarda assistenza e tutoraggio, formazione e scambio di idee.

“L'emergenza sanitaria, oltre ai danni umani e materiali, ha provocato anche una accelerazione di alcuni processi innovativi come la digitalizzazione”, ha spiegato il presidente della Camera di Commercio di Milano Carlo Sangalli. “Se prima, infatti, il digitale era un'opportunità per crescere, con la pandemia è diventato indispensabile per sopravvivere e superare la crisi. Ed è per questo - ha aggiunto - che la Camera di Commercio sta investendo sempre più nella digitalizzazione con l'obiettivo di potenziare e semplificare i servizi destinati alle imprese. Lo dimostra il nuovo Salone con lo sportello “ibrido”, umano e digitale che, grazie a processi organizzativi innovativi, è in grado di offrire servizi sempre più efficienti, veloci e accessibili”.

Camera di Commercio rinnova il Salone aperto al pubblico

Di [RedazioneOnLine](#) - 23 Novembre 2021



Sulla spinta della digitalizzazione dei servizi, il Salone della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi è stato completamente ripensato.

Ha così ospitato il convegno “L’Età Ibrida della Pubblica Amministrazione – L’innovazione come metodo”, che è stato l’occasione per analizzare l’impatto della pandemia su imprese e professionisti nella transizione verso il digitale.

Sono intervenuti il presidente **Carlo Sangalli**, il Segretario generale **Elena Vasco**, **Roberta Cocco** consulente del Ministro per l’Innovazione tecnologica e la transizione digitale, **Simone Frigerio**, General Manager Gruppo Frigerio e **Paolo Iabichino** Direttore Creativo e Fondatore Osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia.

“Se prima, infatti, il digitale era un’opportunità per crescere – ha precisato Sangalli – , con la pandemia è diventato indispensabile per sopravvivere e superare la crisi. Ed è per questo che la Camera di commercio sta investendo sempre più nella digitalizzazione. Lo dimostra il nuovo Salone con lo sportello “ibrido”, umano e digitale che, grazie a processi organizzativi innovativi, è in grado di offrire servizi sempre più efficienti, veloci e accessibili”.

“Oggi – ha aggiunto Elena Vasco – abbiamo due sfide importanti. In primo luogo, un continuo e progressivo investimento nella digitalizzazione dei servizi pubblici, come chiave per la semplificazione e sburocrazia della vita amministrativa delle imprese.

Al tempo stesso siamo chiamati a creare nuove occasioni di incontro ad alto valore aggiunto per imprese e professionisti all’interno di spazi che, sfruttando le dotazioni logistiche e tecnologiche innovative come il nuovo Salone, possano diventare luoghi ibridi, in cui digitale e fisico si integrano e generano nuove opportunità per le imprese”.

Lo confermano i numeri: da gennaio a ottobre 2021 sono state circa 107mila le richieste di imprenditori e cittadini gestite digitalmente da Camera di commercio: +63% rispetto allo stesso periodo del 2019.

Un aumento che, seppure accelerato dalle restrizioni Covid, è una tappa importante nel percorso di digitalizzazione dei servizi dell’Ente.

L’integrazione tra fisico e digitale emerge dalle richieste del servizio Agenda (56mila): l’utente scegliendo servizio e sede, può prenotare un appuntamento presso lo sportello fisico nel giorno e nell’ora disponibili. Seguono le oltre 27mila richieste che riguardano le attività del Registro Imprese, oltre 14mila quelle riguardanti i servizi a sportello e più di 9.500 sono state le interazioni online degli utenti in merito alle attività promozionali dell’Ente (tra cui bandi, assistenze specialistiche, eventi e webinar di formazione gratuiti).

Il nuovo Salone della Camera di Commercio di Milano, Monza-Brianza e Lodi



Lo spazio a Palazzo Turati avrà funzioni informative e digitali

Il continuo e progressivo investimento nella digitalizzazione dei servizi pubblici come chiave per la semplificazione e sburocratizzazione della vita amministrativa delle imprese, in linea con gli obiettivi perseguiti e sostenuti dal PNRR e da Digital Compass 2030, trova riscontro nel sentiment di imprenditori e professionisti, che conferma la volontà di proseguire lungo il percorso di digitalizzazione dei servizi, intrapreso da tempo dalla Camera di commercio e per cui la pandemia ha fatto da acceleratore.

I dipendenti favorevoli alla digitalizzazione

Stando all'indagine promossa dall'Ente e somministrata ai suoi utenti, l'82% dei rispondenti è, infatti, favorevole alla digitalizzazione dei servizi e il 65% di chi già conosceva i servizi on line vorrebbe digitalizzare altre attività rispetto a quelle già presenti. Pandemia e restrizioni hanno certamente influito sulle abitudini di imprenditori e professionisti: se l'80% già conosceva i servizi on line e il 60% degli utenti li utilizzava prima di Covid-19 con la stessa frequenza di oggi, l'emergenza sanitaria ha spinto il 10% delle imprese rispondenti a digitalizzare per la prima volta le proprie attività mentre il restante 30%, delle imprese che già dialogava digitalmente con l'Ente, ha incrementato l'utilizzo dei servizi in rete.

L'on line ha facilitato la gestione delle proprie esigenze per il 70% degli utenti, in primo luogo per gestire le procedure e consultare l'avanzamento delle pratiche in tempo reale; quindi, per comunicare con i diversi Enti da un unico punto di accesso, infine per ottenere in modo immediato indicazioni chiare e aggiornate su come portare a termine una specifica attività e per ricevere informazioni, aggiornamenti, notizie su opportunità dedicate. Pensando al futuro degli sportelli fisici, tra le attività alle quali imprese e professionisti non vorrebbero rinunciare "in presenza" ci sono, al primo posto, assistenza e tutoraggio dedicati proprio ai servizi digitali per apprenderne il funzionamento, quindi iniziative di formazione e apprendimento su tematiche di interesse e incontri di networking per confrontarsi su tematiche comuni del fare impresa. È quanto emerge da una indagine condotta dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi che ha coinvolto circa un migliaio di utenti dei servizi dell'Ente.

Il “sentimento” degli utenti

Sentiment e desiderata degli utenti sono in linea con quanto rilevato dai numeri registrati dai Servizi on line: da gennaio a ottobre 2021 sono state circa 107mila le richieste di imprenditori e cittadini gestite digitalmente da Camera di commercio: +63% rispetto allo stesso periodo del 2019. Di innovazione e digitalizzazione dei servizi pubblici rivolti a cittadini e imprese si è parlato in occasione di “L’Età Ibrida della Pubblica Amministrazione - L’innovazione come metodo”, tenutosi lunedì 22 novembre presso il rinnovato Salone della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi di via Meravigli a Milano. Sono intervenuti: il Presidente Carlo Sangalli, il Segretario generale Elena Vasco, Roberta Cocco consulente del Ministro per l’Innovazione tecnologica e la transizione digitale Vittorio Colao, Simone Frigerio General Manager Gruppo Frigerio e Paolo Iabichino Direttore Creativo e Fondatore Osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia.

“L’emergenza sanitaria, oltre ai danni umani e materiali, ha provocato anche una accelerazione di alcuni processi innovativi come la digitalizzazione.

Se prima, infatti, il digitale era un’opportunità per crescere, con la pandemia è diventato indispensabile per sopravvivere e superare la crisi - ha dichiarato Carlo Sangalli Presidente della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi - Ed è per questo che la Camera di commercio sta investendo sempre più nella digitalizzazione con l’obiettivo di potenziare e semplificare i servizi destinati alle imprese.

Lo dimostra - ha continuato Sangalli - il nuovo Salone con lo sportello “ibrido”, umano e digitale che, grazie a processi organizzativi innovativi, è in grado di offrire servizi sempre più efficienti, veloci e accessibili.”

“Oggi anche in considerazione delle trasformazioni digitali che riguardano l’intero Paese che saranno ulteriormente sostenute dal PNRR e da Digital Compass 2030, abbiamo due sfide importanti - ha dichiarato Elena Vasco Segretario generale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi - In primo luogo, un continuo e progressivo investimento nella digitalizzazione dei servizi pubblici, come chiave per la semplificazione e sburocraizzazione della vita amministrativa delle imprese. Al tempo stesso, siamo chiamati a creare nuove occasioni di incontro ad alto valore aggiunto per imprese e professionisti all’interno di spazi che, sfruttando le dotazioni logistiche e tecnologiche innovative come il nuovo Salone, possano diventare luoghi ibridi, in cui digitale e fisico si integrano e generano nuove opportunità per le imprese.”

Milano, inaugurato il nuovo salone anagrafico della Camera di commercio

Publicato il 22 novembre 2021

Il nuovo Salone raccoglie e declina le nuove esigenze sia in termini architettonici che tecnologici per avvicinare utente e operatore, rende disponibili servizi self-service, crea spazi di accoglienza moderni, confortevoli ed adatti a diventare aree di confronto e divulgative, con lo scopo di creare spazi interni ospitali ed innovativi, sia per il pubblico che per i dipendenti. Il Salone, totalmente ripensato, assume il ruolo di spazio di incontro a diversi livelli: istituzionale, informativo, digitale, Business to Business.



Digitale: Camera commercio Milano, utile a dialogo imprese-Pa

Indagine, l'82% è favorevole a digitalizzare dei servizi

Redazione ANSA MILANO 22 NOVEMBRE 2021 19:19



(ANSA) - MILANO, 22 NOV - L'investimento nella digitalizzazione dei servizi pubblici come chiave per la semplificazione e sburocratizzazione per le imprese, in linea con gli obiettivi perseguiti e sostenuti dal Pnrr e da Digital Compass 2030, trova riscontro nel sentiment di imprenditori e professionisti.

Emerge da un'indagine su circa un migliaio di utenti della Camera di commercio di Milano, Monza e Brianza, Lodi, secondo cui l'82% dei rispondenti è favorevole alla digitalizzazione dei servizi e il 65% di chi già conosceva i servizi online vorrebbe digitalizzare altre attività, presentata all'inaugurazione di un nuovo salone dell'ente a Milano. Pandemia e restrizioni hanno influito sulle abitudini di imprenditori e professionisti: se l'80% già conosceva i servizi online e il 60% degli utenti li utilizzava prima del Covid 19 con la stessa frequenza, l'emergenza sanitaria ha spinto il 10% delle imprese rispondenti a digitalizzare per la prima volta le proprie attività, mentre il restante 30%, delle imprese che già dialogava digitalmente con l'ente, ha incrementato l'utilizzo dei servizi in rete. L'online ha facilitato la gestione delle proprie esigenze per il 70% degli utenti. Da gennaio a ottobre 2021 sono state circa 107mila le richieste di imprenditori e cittadini gestite digitalmente dalla Camera di commercio: +63% rispetto allo stesso periodo del 2019. L'emergenza sanitaria, oltre ai danni umani e materiali, ha provocato anche una accelerazione di alcuni processi innovativi come la digitalizzazione. Se prima era un'opportunità per crescere, con la pandemia è diventato indispensabile per sopravvivere e superare la crisi" ha dichiarato il presidente, Carlo Sangalli. (ANSA).

Lunedì inaugurazione del nuovo salone anagrafico della Camera di commercio

19/11/2021



Lunedì inaugurazione del nuovo salone anagrafico della Camera di commercio

Milano – Lunedì prossimo alle ore 17.30 evento di inaugurazione del nuovo salone anagrafico della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, ingresso da via Meravigli 11/a previo controllo green pass, sala stampa nella welcome area. Incontro sul tema: L'età ibrida della Pubblica Amministrazione. L'innovazione come metodo. Saluti di benvenuto: Carlo Sangalli, Presidente Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi. Talk con Elena Vasco Segretario Generale Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi, Roberta Cocco, Coordinatrice Comitato consultivo per la PA digitale Ministero per l'Innovazione tecnologica e la Transizione digitale, Simone Frigerio, General Manager Gruppo Frigerio, con Paolo Iabichino Direttore Creativo e Fondatore Osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia

Camera di Commercio di Milano, inaugurato il salone "ibrido" che punta sui servizi digitali alle imprese - #adessonews adessonews adesso news #retefin retefin Finanziamenti Agevolazioni Norme e Tributi

4-5 minuti



Un ponte tra la storia, quella di Palazzo Turati, e il futuro, cioè la digitalizzazione dei servizi alle imprese. Ecco il nuovo salone della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, che nel palazzo di via Meravigli ridisegnato negli anni Cinquanta da Achille e Piergiacomo Castiglioni ha la sua sede da quasi settant'anni. Qui sportelli mobili fisici e virtuali, postazioni wi-fi e schermi ad alta risoluzione convivono con il restyling conservativo di colonnati e pavimenti originali. Inaugurato ieri durante un convegno sull' "Età ibrida della pubblica amministrazione", è lo spazio istituzionale dell'Ente, dove le imprese accedono a tutti i servizi loro dedicati: ci sono sia i canonici sportelli informativi, sia postazioni self service, con salottini per l'accoglienza e box di lavoro iperconnessi.

Perché la digitalizzazione e il conseguente superamento di tanti scalini burocratici è un percorso indispensabile per tutti, come dimostrano i dati forniti dalla stessa Camera di Commercio: da gennaio a ottobre 2021 sono state circa 107 mila le richieste di imprenditori e cittadini gestite in maniera digitale, il 63 % in più rispetto allo stesso

già conosceva i servizi on line vorrebbe implementarli. Anche perché la pandemia, che ha fatto del virtuale una necessità, ha cambiato abitudini ed esigenze: chi non usava i servizi online si è dovuto convertire, con un 10% delle imprese che si è approcciato proprio per la prima volta al digitale. Ma quali sono stati i servizi online più utilizzati? Chi ha chiesto l'accesso agli sportelli virtuali lo ha fatto per gestire le procedure e consultare l'avanzamento delle pratiche in tempo reale, per comunicare con i diversi Enti da un unico punto di accesso, per ottenere velocemente indicazioni chiare e aggiornate su come portare a termine una specifica attività e per ricevere informazioni, aggiornamenti e notizie sulle opportunità da cogliere. Ma quella per gli spazi fisici e le attività "in presenza" non deve diventare nostalgia, ma una prassi da mantenere: soprattutto per quanto riguarda assistenza e tutoring, formazione e scambio di idee.

"L'emergenza sanitaria, oltre ai danni umani e materiali, ha provocato anche una accelerazione di alcuni processi innovativi come la digitalizzazione", ha spiegato il presidente della Camera di Commercio di Milano Carlo Sangalli. "Se prima, infatti, il digitale era un'opportunità per crescere, con la pandemia è diventato indispensabile per sopravvivere e superare la crisi. Ed è per questo – ha aggiunto – che la Camera di Commercio sta investendo sempre più nella digitalizzazione con l'obiettivo di potenziare e semplificare i servizi destinati alle imprese. Lo dimostra il nuovo Salone con lo sportello "ibrido", umano e digitale che, grazie a processi organizzativi innovativi, è in grado di offrire servizi sempre più efficienti, veloci e accessibili".