

Sagre, nuovo appello di bar e ristoranti «Basta alle manifestazioni senza regole»

In Ascom tavolo di lavoro alla presenza del consigliere regionale Sorte, promotore di un progetto di legge ora al vaglio della commissione. Frosio: «È in gioco anche la tutela della salute dei cittadini»

Città Alta, il commercio soffre e cerca ricette per il rilancio

Al di là della patina turistica con cui si propone al mondo, il vecchio borgo vive una quotidianità commerciale difficile, anche se qualche coraggioso segnale imprenditoriale intanto si registra. Nespoli (fruttivendolo): «Ormai serve un atto di fede». Mangili (gastronomo): «Per i clienti arrivare sulla Corsarola è un problema». Fassi (fornaio): «Per chi vende il fresco, gli orari di carico e scarico della merce sono molto limitanti». Tua (edicolante): «Una migliore programmazione degli eventi potrebbe aiutarci»

Social Bond, la Popolare di Bergamo dà un sostegno all'Università

La Banca Popolare di Bergamo ha annunciato l'emissione del prestito obbligazionario "solidale" (Social Bond) denominato "Banca Popolare di Bergamo – UBI Comunità per Università degli Studi di Bergamo" per un ammontare complessivo di 5 milioni destinato a nuovi risparmi, i cui proventi saranno in parte devoluti a titolo di liberalità all'Università stessa, che, attraverso il Centro di Ricerca CYFE, è impegnata nei progetti GUESSS e Start Cup Bergamo.

Il primo progetto di ricerca intende indagare attorno alle intenzioni e allo spirito imprenditoriale degli studenti universitari; l'Università di Bergamo è il referente italiano del progetto (che viene condotto dalle Università di 34 Paesi) e coordina un gruppo di ricerca di 18 atenei italiani. Il 60% della quota destinata all'Università, ottenuta dal collocamento del Social Bond, finanzierà una borsa di studio della durata di un anno, a partire da novembre 2014, riservata ad un giovane ricercatore che si occuperà di studiare l'unicità e la rilevanza del fenomeno imprenditoriale all'interno delle Università.

Start Cup Bergamo è invece l'iniziativa di formazione e business plan competition che mira a stimolare lo spirito imprenditoriale nei giovani, puntando allo sviluppo di abilità e competenze avanzate. Il 40% della quota destinata all'Università, ottenuta dal collocamento del Social Bond, andrà a finanziare i costi legati a tale progetto.

Le obbligazioni, emesse dalla Popolare, hanno taglio minimo di sottoscrizione pari a 1.000 euro, durata 3 anni, cedola semestrale, tasso fisso lordo pari all' 1,20% per il primo anno, l'1,50% per il secondo anno e il 2% per il terzo anno. Possono essere sottoscritte fino al 31 luglio 2014. Le

obbligazioni non sono destinate alla quotazione in nessun mercato regolamentato o sistema multilaterale di negoziazione: saranno negoziate in contropartita diretta nell'ambito del servizio di negoziazione per conto proprio.

Giorgio Frigeri, presidente della Popolare di Bergamo, s'è detto "fiero di sostenere l'Università, senz'altro uno delle realtà bergamasche che meglio rappresenta l'impegno del nostro territorio, vanto e orgoglio della nostra città. In considerazione dell'odierno difficile contesto economico – ha aggiunto – dedicarsi a progetti che daranno ai nostri giovani un aiuto concreto per costruire il proprio futuro professionale è senz'altro un impegno degno di particolare nota".

La rete estera di Promos incontra le imprese bergamasche

La rete estera di Promos, l'azienda speciale della Camera di Commercio di Milano, incontra le imprese bergamasche. Due gli appuntamenti, entrambi a Bergamo, messi in calendario: venerdì 11 luglio, a partire dalle 9,15, al Palazzo dei Contratti e delle Manifestazioni, l'ex Borsa merci, in via Petrarca (Brasile, Russia e Turchia i paesi trattati), e giovedì 17 luglio, dalle 14 nella Sala Giunta della sede della Camera di Commercio (Cina).

Nel corso della due giorni di convention sarà possibile incontrare gratuitamente – con appuntamenti individuali – i responsabili degli uffici Promos dislocati nei quattro Paesi così da poter avere un primo orientamento sulle opportunità che questi mercati possono offrire nei settori di interesse.

In entrambe le date, gli appuntamenti con i responsabili saranno preceduti da una breve presentazione del mercato. L'11 luglio Nicola Franceschini, funzionario Ubi/Banca Popolare di Bergamo, illustrerà gli strumenti utili per far fronte ai rischi insiti nel commercio internazionale e per affrontare in sicurezza i mercati dei tre Paesi. Il 17 luglio, invece, interverrà Stefano Zunarelli, avvocato esperto Unioncamere Lombardia, che tratterà la tematica dei trasporti e la contrattualistica internazionale relativamente al Paese Cina. Su richiesta dei partecipanti, sarà possibile fissare un incontro personalizzato con l'avvocato Zunarelli.

La partecipazione all'iniziativa è gratuita, previa iscrizione, da compiersi entro il 9 luglio per Brasile, Russia e Turchia e il 14 luglio per chi fosse interessato all'incontro sulla Cina. La richiesta di adesione va inviata a lombardiapoint.bergamo@bg.camcom.it. L'agenda degli incontri personalizzati sarà predisposta sulla base dell'ordine cronologico di adesione

Per informazioni: Sportello LombardiaPoint tel. 035/42.25.328-271.

Negozi storici, la promozione passa anche dai "selfie"

Sono circa 1.200 le aziende commerciali e artigianali lombarde (di cui 91 bergamasche) con almeno 50 anni di attività documentata, alle quali dal 2004 la Regione ha assegnato, a seconda delle caratteristiche, i riconoscimenti di "Storiche attività", "Negozi o Locali storici" o "Insegne storiche e di tradizione". Un patrimonio di memorie, atmosfere e professionalità – tra cui oltre 150 insegne nate nel corso dell'800 e 15 fondate addirittura nel '700 e nel '600 – che

costituisce un fattore di specificità e di attrattività, secondo la Regione e il sistema camerale che hanno deciso ora di promuovere e valorizzare maggiormente con una serie di iniziative integrate di comunicazione, anche in vista dell'Expo.

Tra queste anche il "Selfie prize", sulla scia del successo riscosso dal fenomeno dell'autoscatto fotografico sui social network. «Si tratta – ha sottolineato l'assessore regionale al Commercio, Turismo e Terziario Mauro Parolini – di un concorso fotografico che premierà il miglior "selfie" scattato da coloro che si recheranno nei Negozi storici. Altri interventi riguarderanno lo sviluppo del sistema coordinato di identità visiva e kit merchandising degli esercizi, l'attività di digital marketing e direct mail per la messa in rete dei Negozi storici, la realizzazione del volume "Guide & Look Book" con le schede informative e la mappa di tutte le attività, la definizione di itinerari tematici e/o merceologici, per incentivare la "shopping experience" e l'attivazione e gestione di profili facebook, twitter, instagram, per l'engagement tramite pc e smartphone». «Visitare un negozio storico è un momento di emozione e cultura – ha aggiunto Parolini – un tuffo negli usi e costumi e nelle tradizioni del territorio, per chiunque voglia scoprire l'identità più profonda delle nostre città».

Al via i saldi estivi, «banco di prova per il bonus di 80 euro»

Scatta sabato 5 luglio, in Lombardia e in gran parte della penisola, la stagione dei saldi estivi. Le vendite scontate

dureranno 60 giorni e sono considerate un importante banco di prova per i consumi, alla luce del bonus da 80 euro messo in busta paga dal governo. «Le aspettative in effetti sono alte – dice Massimo Torti, segretario generale di Federazione Moda Italia – da troppo tempo gli italiani non rinnovano il loro guardaroba. Si spera sia l'occasione di una boccata d'ossigeno». Anche nei primi cinque mesi del 2014 la Federazione ha infatti rilevato segno meno (-2%) sugli acquisti, «che si aggiunge a un 2013 caratterizzato da un calo di circa 10 punti».

Alla vigilia degli sconti di fine stagione, la Regione Lombardia ricorda invece le regole per la vendita. I commercianti hanno l'obbligo di esporre il prezzo iniziale e la percentuale dello sconto o del ribasso, mentre è facoltativa l'indicazione del prezzo di vendita conseguente allo sconto o ribasso. Hanno inoltre l'obbligo di fornire informazioni veritiere in merito agli sconti praticati sia nelle comunicazioni pubblicitarie (che, anche graficamente, non devono essere presentate in modo ingannevole per il consumatore) sia nelle indicazioni dei prezzi nei locali di vendita. Non possono poi essere indicati prezzi ulteriori e diversi e si deve essere in grado di dimostrare agli organi di controllo la veridicità delle informazioni relative al prodotto. I prodotti in saldo devono essere separati o ben distinguibili da quelli eventualmente posti in vendita a prezzo normale. Se il prodotto risulta difettoso, il consumatore può richiederne la sostituzione o il rimborso del prezzo pagato dietro presentazione dello scontrino, che occorre quindi conservare.

Imprese, «una nuova visione per la svolta»

#cambiamoprospectiva è la parola d'ordine dell'Assemblea di Via Torretta alla quale parteciperà anche il presidente nazionale Merletti. Carrara: «Un primo passo è non aver paura di fare squadra». «Da rivedere il rapporto tra pubblica amministrazione e mondo produttivo»

L'Università di Bergamo abbatte le tasse agli studenti migliori. "Premiati" in 66

Al via anche il nuovo bando per il prestito d'onore della Pro Universitate per i soggiorni all'estero

Bassa, due portali rilanciano il distretto del commercio Cpm

Le attività di Cividate, Palosco e Mornico puntano su itinerari ispirati all'Albero degli Zoccoli e su una vetrina

on line dove ogni insegna può comunicare iniziative, offerte e promozioni

Triz, una teoria per essere più competitivi

Bergamo Sviluppo ha proposto un corso sulla nota metodologia. Obiettivo: incentivare le aziende all'innovazione sistematica di prodotto e di processo