

Buoni pasto elettronici / L'Ascom: "Molti i vantaggi, ma servirebbe un pos unico"



L'introduzione dei buoni pasto elettronici sta creando disagio e preoccupazione tra i pubblici esercizi. Come è noto, dal primo luglio un emendamento alla legge di Stabilità ha introdotto nel settore alcuni cambiamenti, tra cui il passaggio ai ticket elettronici e l'aumento del valore esentasse per questi da 5,29 a 7 euro.

L'adozione dell'e-ticket sta incontrando degli ostacoli: le aziende stentano ad adeguarsi e continuano a emettere buoni cartacei, le società emittenti faticano a dotarle delle card e i pubblici esercizi sono alle prese con i pos. Il risultato è che la maggiore detrazione fiscale e contributiva, che è prevista solo per i buoni elettronici, sta coinvolgendo un numero basso di esercizi. "Siamo monitorando la situazione per capire quante aziende passeranno al buono elettronico, che oggi rappresenta il 15% circa del totale – dice Giorgio Lazzari, responsabile dell'area consulenza generale di Ascom -. Il problema è che la card va letta dai dispositivi pos abilitati, come fosse una carta di credito o un bancomat e al momento non c'è un pos unificato per i diversi buoni, ogni marca di ticket ha il suo. Bar e ristoranti dovrebbero quindi dotarsi di più pos e questo significherebbe notevoli spese tra costi di installazione e canoni di noleggio. Inoltre l'utente non può utilizzare il ticket elettronico in maniera cumulativa, oltre la soglia stabilita e nelle giornate non lavorative".

“Per i negozianti la card porta con sé anche numerosi vantaggi – spiega Lazzari -. Innanzitutto è più sicura perché garantisce una migliore tracciabilità, evita il rischio di incassare buoni falsi o danneggiati, e quindi non rimborsati dalla azienda emettitrice. In secondo luogo è più comoda perché agevola la fatturazione all’azienda emettitrice: fino ad ora i negozi erano costretti a contare i buoni pasto uno ad uno, a sommarli e poi a spedirli. Con le card elettroniche tutto diventa più veloce perché l’importo è già digitalizzato e registrato e il totale e la trasmissione all’azienda emettitrice vengono fatti in automatico”.

Un altro ragionamento andrà sicuramente fatto sullo sconto sempre maggiore che i committenti, pubblici e privati, pretendono ogni anno sul valore dei buoni pasto immessi sul mercato.

L’ultima gara indetta da Consip per i buoni pasto della pubblica amministrazione è stata aggiudicata con sconti fino al 22% sul valore dell’appalto pari a un miliardo di euro. Di conseguenza i circa 200 milioni “mancanti” rischiano di trasformarsi in un costo per consumatori ed esercenti, in termini di qualità del servizio e di minori incassi.

Longuelo, arriva un “vero” mercato

Da settembre passeranno da 3 a 11 le bancarelle del giovedì. Soddisfatti i residenti: «Siamo rimasti senza negozi alimentari». Gli ambulanti: «La piazza è buona, speriamo diventi ancor più attrattiva»

“Portafoglio indossabile”, l’accessorio cult arriverà anche a Bergamo



Iole Capparrone

In tempo d’estate capita di imbattersi in aspetti interessanti e originali legati al mondo dell’innovazione. Sebbene maturate in contesti lontani dalla realtà locale, alcune soluzioni promettono di affermarsi e di essere ricercate. Il riferimento, nel caso specifico, è al mercato della moda, che vive di idee e ritorni in auge. Talvolta accade che l’originalità prenda spunto da antiche usanze e un’opportuna rivisitazione renda l’innovazione strumento di successo.

È il caso del “portafoglio indossabile”, scaturito dalla creatività della stilista Iole Capparrone, con radici sulla costa del sole di Salerno, e diventato oggetto cult grazie all’apparizione nella pellicola “The Ipperealism Theory” di Vincenzo Caiazzo, proiettata all’ultima edizione del Festival cinematografico di Cannes.

Il portafoglio indossabile – che in autunno sarà presentato e venduto anche a Bergamo – è una cintura a vita alta, di 14 cm., con taschine nascoste per riporvi carte di credito, banconote e documenti. Un'innovazione attinta dall'antica usanza delle donne d'altri tempi, che erano solite riporre il portamonete nel proprio reggiseno, sia come nascondiglio, sia per praticità.



Iole Capparrone (che ha lavorato per Yes London, Alcott, Bikkembergs, Vivienne Westwood) ha pensato bene di coniugare la sicurezza e la comodità con l'estetica. Ed ecco fatto. L'accessorio mostra la sua utilità quando si passeggia o si va in discoteca, durante lo shopping quando si può fare a meno della borsa e non si corre il rischio di essere derubate. Una cassaforte da indossare senza che ciò alteri l'eleganza e la linea della figura femminile. Un oggetto che si presta a essere modellato su diverse tipologie di abito, pronto a fare la sua apparizione nelle vetrine dei negozi di abbigliamento. Con un'anteprima spot in programma a Pisciotta, alle porte di Capo Palinuro, nella serata di domenica 16 agosto in occasione dell'ottava edizione del "Premio Internazionale Iolanda Cappuccio", quando sarà proiettato "The Ipperealism Theory" e il portafoglio indossabile sarà celebrato come accessorio innovativo di moda.

Ubi Banca e ICE, accordo per sostenere le imprese all'estero

Il Gruppo UBI Banca e l'ICE – agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane – hanno siglato un accordo biennale di collaborazione per orientare le imprese clienti del Gruppo interessate a operare sui mercati internazionali e sostenerne le attività attraverso una serie di servizi specifici di assistenza, consulenza e sviluppo di azioni promozionali.

Attraverso l'accordo sottoscritto, il network internazionale di UBI Banca si integra con gli 80 Uffici in 64 Paesi che l'Agenzia ICE mette a disposizione. In particolare l'Agenzia fornirà pacchetti di servizi a tariffe agevolate per le aziende clienti del gruppo bancario, condividendo informazioni sul Paese, sulle opportunità commerciali, sulle gare internazionali e su investimenti da e per l'Italia.

“Il nostro modello di business internazionale è fortemente incentrato sul sostegno alle aziende che si muovono a diverso titolo sui mercati esteri. La presenza del nostro Gruppo all'estero è quindi studiata in funzione delle esigenze delle imprese italiane nelle diverse aree del mondo.”, sostiene Rossella Leidi, Chief Business Officer di UBI Banca, “L'accordo con l'Agenzia ICE rafforza la nostra proposta e ci consentirà di essere ancora più efficaci nella fase di supporto operativo ai nostri clienti”.

“Siamo certi – ha sottolineato il direttore generale dell'Agenzia ICE, Roberto Luongo – che la collaborazione con UBI Banca e le Banche del Gruppo UBI offrirà interessanti opportunità di sviluppo per le nostre aziende e non possiamo che essere soddisfatti di un accordo che ci consente di

mettere a disposizione le nostre migliori risorse in tema di promozione del prodotto italiano nel mondo. Questo Accordo inoltre – ha proseguito Luongo – ben si inserisce nello spirito dei Roadshow per l'internazionalizzazione delle imprese italiane, un'iniziativa che stiamo portando avanti da gennaio 2014 e che, per la prima volta, vede tutti i soggetti pubblici e privati del Sistema Italia, impegnati in un'azione congiunta di medio termine su tutto il territorio”.

Il Gruppo UBI Banca, infatti, offre un supporto alla propria clientela attraverso i 32 Centri Estero attivi in tutte le aree di presenza del Gruppo in Italia, gli Uffici di Rappresentanza in Cina (Hong Kong e Shanghai), Brasile (San Paolo), India (Mumbai), Russia (Mosca) e la struttura della business consultancy a Vienna attraverso la quale sono presidiati i Paesi dell'Europa dell'Est. E' inoltre prevista entro il 2015 l'apertura dei nuovi Uffici di Rappresentanza negli Stati Uniti (New York) e negli Emirati Arabi Uniti (Dubai).

Orio, in sei mesi salito del 15% il numero di passeggeri



Il Consiglio di Amministrazione di Sacbo – preso atto delle indicazioni pervenute dalla Provincia di Bergamo, che ha designato in sua rappresentanza Giampietro Benigni in qualità di consigliere al posto del dimissionario Enrico Piccinelli – ha analizzato i dati semestrali che indicano un incremento significativo del movimento passeggeri, nell'ordine del 32% rispetto allo scorso anno, quando però le attività di volo si sono fermate

dal 13 maggio al 1° giugno per consentire i lavori di rifacimento della pista. Il totale complessivo dei passeggeri, da gennaio a giugno 2015, assomma a 4.913.750. Il trend di crescita attuale è nell'ordine del 15 per cento, a cui concorre con 9 punti percentuali l'incremento del load factor sui voli di linea. Segno positivo anche per le merci aeree, con un totale di 60.483 tonnellate. I risultati operativi del primo semestre 2015, ottenuti con un totale di movimenti aerei comparabile a quello degli anni 2012 e 2013, consentono di conseguire gli obiettivi prefissati in termini di budget economico-finanziario.

Un milione per i negozi storici. Ecco il bando

Domande a sportello dal 24 settembre. Tre gli ambiti di intervento

Sarnico si prepara per il Busker Festival



Sarnico si prepara ad essere presa d'assalto per il Busker Festival. Sono oltre 40mila le presenze stimate per la nuova edizione, in programma da giovedì 30 luglio a domenica 2 agosto. I numeri anche quest'anno sono quelli delle manifestazioni di livello internazionale: 280 spettacoli, 150 artisti da tutta Europa, 42 compagnie e 26 postazioni. Per quattro giorni giocolieri, mangiafuoco, acrobati, attori, ballerini e musicisti invaderanno con la loro energia e la loro arte, le luci e i colori il lungolago, il centro storico, le piazze e gli angoli più suggestivi di Sarnico e di Paratico. Alla regia ci sarà come sempre la Proloco, affiancata dai commercianti protagonisti di due iniziative:

l'apertura dei negozi fino a mezzanotte per consentire lo shopping serale, e "il Busker del gusto", un corner di cucina da strada con tante proposte per spuntini veloci.

Per i pubblici esercizi i giorni del festival sono una grande occasione che permette di guadagnare in pochi giorni mesi di lavoro. «Il festival è un appuntamento molto importante per Sarnico e i commercianti – dice Antonio Arcangeli, presidente di Sarnicom -. Bar e ristoranti sono pieni fino alle tre di notte e hanno un riscontro di cassetto immediato. E per i negozi di abbigliamento e calzature il festival rappresenta una vetrina unica per farsi conoscere». «Purtroppo in quei giorni i clienti vanno di fretta, fanno storie perché vogliono il tavolo in fretta per non perdere gli spettacoli e non si godono le nostre proposte – lamenta Rosanna Tengattini dell'Enoteca Tresanda -. Forse si dovrebbe puntare anche ad altro, ad esempio iniziative che permettano ai visitatori di godere davvero il paese e le sue offerte».

La replica / Zenoni: "Sui display siamo in linea con le altre esperienze italiane ed estere"

Egregio Cesare Zapperi,



mi permetto di scriverLe in merito all'articolo "[Belli i display, ma senza indirizzi è una caccia al tesoro](#)" apparso qualche giorno fa su La Rassegna.it. Nel ringraziarLa per aver posto l'attenzione sul sistema di indirizzamento ai parcheggi in struttura della città, una significativa miglioria implementata da questa Amministrazione, Le vorrei dire che ho letto alcune considerazioni che richiedono chiarimenti da parte mia. Innanzitutto, mi pare emerga dal Suo testo una sensazione che non credo corrisponda alla realtà, ovvero che l'Amministrazione abbia inaugurato un sistema "immaturo", imperfetto, tanto per fare alla svelta. Non è così e vengo spiegarmi. Il progetto del sistema di indirizzamento ai parcheggi é stato elaborato nel suo insieme e nei dettagli da professionisti del settore ed é stato oggetto di molti mesi di lavoro, senza alcuna fretta. La sensazione di "immaturità " che Lei descrive pare derivare essenzialmente dall'assenza sui pannelli dell'indicazione dell'indirizzo dei parcheggi. Orbene, tale indicazione non è stata inserita consapevolmente dai progettisti e, non a caso, è assente in quasi tutti i sistemi di indirizzamento esistenti in Italia.

Le ragioni sono varie. Innanzitutto lo spazio sui cartelli é limitato e la dimensione del carattere non può scendere sotto certi limiti per ragioni di leggibilità. Le dizioni riportate sui cartelli non sono le ragioni sociali dei parcheggi, scelte

in modo acritico dall'Amministrazione, ma invero sono le dizioni scelte dai parcheggiatori stessi, nei limiti dello spazio disponibile. Ogni gestore avrebbe potuto scegliere l'indirizzo al posto della ragione sociale, ma in piena autonomia ha scelto quello che oggi compare. Inoltre, i pannelli con le informazioni in tempo reale sono solo un tassello del sistema di segnaletica, poiché alle postazioni dinamiche seguono alcuni cartelli statici che guidano l'automobilista ai parcheggi. Anche su questa tipologia di segnali l'Amministrazione sta svolgendo un lavoro di riassetto per renderli più frequenti.

Infine, nei molti navigatori satellitari oggi disponibili, il nome ufficiale del parcheggio é quasi sempre indicizzato nel database, tanto quanto l'indirizzo. Alla luce di tutto questo, concluderei interpretando diversamente il riferimento del Sindaco all'assenza dell'indirizzo sui cartelli, pronunciato durante la conferenza stampa. Non si è trattato dell'autodenuncia di un "errore madornale", quanto dell'invito a valutare la fattibilità di una miglioria per un servizio già oggi perfettamente in linea con le altre esperienze italiane ed estere. Inoltre, le mie parole su possibili miglioramenti in futuro, si riferivano essenzialmente alla possibilità di installare nel tempo nuovi pannelli dinamici su altre strade della città, con ulteriori investimenti.

La ringrazio e la saluto cordialmente.

Stefano Zenoni

Assessore alla Pianificazione territoriale e Mobilità del
Comune di Bergamo

Caro assessore

anzitutto grazie per la cortesia e la puntualità della risposta, segno di attenzione non scontato. Le spiegazioni,

tuttavia, ci convincono poco o nulla. Un punto, in particolare, risulta singolare: lei dice che le "dizioni riportate sui cartelli non sono le ragioni sociali dei parcheggi, scelte in modo acritico dall'Amministrazione, ma invero sono le dizioni scelte dai parcheggiatori stessi". Ecco, è anche peggio di come paventavamo. Il Comune, o meglio l'Atb, scuce 200 mila euro ma la scelta del contenuto la delega al privato. Tutto legittimo, per carità, ma ci pare una procedura un po' così... Giusto, poi, osservare che lo spazio a disposizione sui pannelli è limitato e quindi richiede una indicazione sintetica.

Ci permettiamo sommessamente di far osservare che per l'automobilista seguire, per esempio, la freccia "via Paleocapa" sia più agevole (e comprensibile) che quella che indica "Central parking". Nessun dubbio, inoltre, che i database dei navigatori siano aggiornati su indirizzi e denominazioni sociali dei parcheggi, ma converrà, caro assessore, che non tutti sono dotati di tecnologia (o ne hanno dimestichezza) e che una richiesta volante per strada sull'ubicazione, per esempio del "car service fly", riceverebbe come risposta una scena muta. Queste, almeno, sono le nostre perplessità, da uomini della strada. Se si riveleranno eccessive o infondate ne saremo solo lieti perché ciò che conta è la bontà del servizio.

È apprezzabile, infine, il tentativo di una interpretazione autentica, post conferenza stampa, delle parole del sindaco. Ma lei stesso conferma che auspicava una miglioria del servizio con l'aggiunta degli indirizzi. Ergo, non si vede dove stia l'equivoco. Ma tant'è. Pur da punti di vista diversi, condividiamo l'idea che sul fronte della viabilità sia necessario investire per mettere Bergamo al passo con le città più evolute. A differenza di qualche suo predecessore, lei sembra avere le idee più chiare, al di là di talune timidezze. Aggiustamenti e incidenti di percorso sono fisiologici, l'importante è andare avanti tenendo la barra

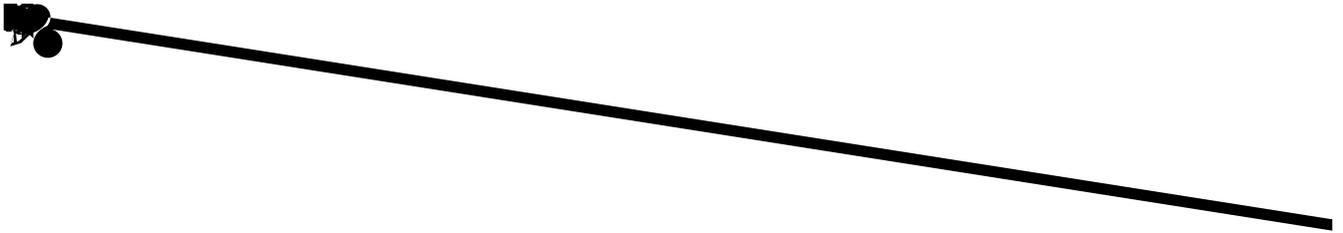
dritta.

C.zap.

Bistecca con Qr Code, la risposta dell'allevatore bergamasco alle truffe alimentari

Attraverso lo smartphone il consumatore può sapere tutto sulla vita dell'animale: provenienza, peso alla nascita, alimentazione, razza. Il sistema di tracciabilità adottato dal giovane Francesco Marchetti, premiato anche con l'Oscar Green

Dentro Expo / Pane in festa. Capello: "In campo per valorizzare il territorio"



DENTRO EXPO

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



Quella organizzata a Expo domenica 19 luglio, in occasione della Giornata Mondiale del Pane, è stata davvero una ricorrenza in grado di onorare il protagonista assoluto della tavola, il pane. Per questa celebrazione, che si gemella con la Giornata Mondiale dell'Alimentazione, in calendario il 16

ottobre prossimo, alcuni dei Paesi partecipanti hanno preparato il loro pane con l'intento di innalzare il valore di un alimento che rappresenta l'occasione per parlare della storia, delle tradizioni e della geografia di ogni territorio. Il finale, perfetto riflesso del cibo come simbolo unificatore e di dialogo tra i popoli, ha visto una parata di profumi e folklore dove sono sfilati, giusto per ricordarne alcuni, il Koba del Madagascar, il Khobez palestinese, i panini al formaggio brasiliani, il tedesco Bretzel, l'Injera con il sorgo dall'Eritrea. Anche la Federazione Nazionale Panificatori con una delegazione di 36 fornai provenienti da diverse province (Milano, Lodi, Piacenza, Bergamo, Cremona, Vicenza, Treviso, Verona, Pavia) ha realizzato un laboratorio di panificazione, dando mostra delle proprietà del nostro pane e della professionalità che contraddistingue i panificatori, sempre più attenti a cogliere le esigenze del consumatore e a coniugare qualità e sostenibilità.

Panificatori ad Expo: tra semi e cacao, un'isola piena di energia

Volendo leggermi una metafora partendo dalla sua posizione, va detto che il laboratorio da cui sono uscite le profumate forme di pane italiano preparate dai nostri fornai è stata allestita in un'isola lungo il Decumano posta tra il padiglione della Malesia (progettato attorno alla forma di quattro semi, simbolo di crescita) e il Cluster del Cacao, il Cibo degli Dei, simbolo di energia. Niente male, se si pensa di voler raccontare il prodotto che ogni giorno ci raggiunge con la sua immutata bontà e al tempo stesso, come ha più volte precisato nei suoi interventi Roberto Capello, presidente di Aspan e di Ferderpanificatori, "cresce, evolve e si adegua agli scenari eno-gastronomici del territorio, del quale diventa un elemento forte d'identificazione".

Antiche tradizioni e nuove tecnologie: il pane

buono

24mila panini da 30 gr ottenuti dalla lavorazione di 600 chilogrammi di farina hanno rapito i visitatori che, in fila lungo il decumano, attendevano ansiosi di assaggiare la bontà del nostro pane fresco artigianale e conoscere le diverse tecniche di panificazione nonché le caratteristiche e la provenienza della farina e del lievito impiegati. Il tutto accompagnato dalla presenza costante dei panificatori che mentre lavoravano sapientemente la preziosa farina, trasudavano passione per una professione che quotidianamente ci offre i suoi frutti. Messaggio peraltro esplicitato dal loro slogan: “Il pane fresco artigianale – Certe cose le fa di notte solo il tuo fornaio”

Buono e vicino. Gli ingredienti della Panediversità

L'utilizzo di materie prime provenienti dal territorio e l'attenta analisi dei processi di produzione, sono alla base dell'impegno promosso da diverse province italiane che si stanno muovendo in questo senso, per valorizzare i propri territori e sviluppare un'idea di consumo a Km zero che, nella filiera del pane, promuove e sviluppa la “Panediversità”. Il concetto è ben riassunto nel progetto Qui Vicino, adottato da Aspan Bergamo e da altre province lombarde, concordi nel ritenere la biodiversità una caratteristica da perseguire anche attraverso la conversione delle colture a grano e la produzione di pane “locale” che, sempre citando Capello “sappia coniugare la professionalità dei panificatori e una farina realizzata con grano coltivato localmente. Il nostro obiettivo è infatti contribuire alla valorizzazione del territorio e delle economie locali, riducendo nel contempo i costi ambientali, ad esempio quelli legati al trasporto del grano da luoghi distanti”.

Più consumo di energia meno consumo di alimenti

Oggi, la tecnologia e la meccanizzazione generano una richiesta energetica alta rispetto ai tempi in cui il lavoro fisico dell'uomo era predominante rispetto a quello delle macchine. Da ciò ne consegue che, in generale, l'uomo necessita di un fabbisogno energetico minore. Tutto ciò, accompagnato anche dalla ricca offerta di cibi e dalla continua ricerca di qualità delle filiere agroalimentari, porta alla conclusione che oggi si mangia meno ma meglio. E' proprio in quest'ottica che i panificatori di oggi adottano un approccio produttivo che si basa sull'analisi prima e sul rispetto poi, delle esigenze del consumatore e del territorio senza lasciarsi condizionare eccessivamente dal retaggio della tradizione. Del resto, come precisa Capello, "Il pane oggi non è più solo un alimento che serve a riempire la pancia, ma deve accompagnare ed esaltare il cibo. E questo lo dicono bene anche i dati del consumo di pane. Nel periodo dell'Unità d'Italia se ne consumava poco più di un chilo al giorno, negli anni '70 circa quattro etti ed oggi siamo intorno ai 100 grammi".

Consumo consapevole, strategie a confronto

Il tema ha trovato grande eco ad Expo e sono molte le occasioni che la manifestazione offre alle aziende, per confrontarsi e trovare insieme nuove strategie per la sicurezza alimentare e contro lo spreco di cibo. La Festa del Pane, o lo stesso Cluster dedicato ai cereali, sono solo alcuni degli spunti e delle opportunità che Expo offre e che possono tradursi in contatti, cooperazioni e progetti di sviluppo che allargano la visuale alle esperienze di altri paesi. L'attenzione a un consumo consapevole può realizzarsi anche con un gesto semplice come spezzare il pane acquistato dal fornaio vicino casa, salvaguardando così sia la salute e l'integrità dell'ambiente sia la professionalità dei nostri panificatori.

