

Cibus, tutti pazzi per il biologico e le farine antiche

Gli stili di vita cambiano e con essi muta anche l'offerta di prodotti alimentari. Dalla pasta ai dolci, siano essi industriali o artigianali, si va incontro alle richieste e alle tendenze imposte dai consumatori, con qualche eccezione legata al mantenimento della tradizione.

La fiera Cibus che si è chiusa a Parma ha messo in bella mostra migliaia di prodotti Made in Italy.

Per la pasta la tendenza è quella di cercare e premiare produttori di qualità che utilizzino grani antichi come il senatore Cappelli (merita una segnalazione il pastificio Barbagallo situato a Fiumefreddo di Sicilia (CT) che dopo più di 30 anni impegnato quasi esclusivamente sui mercati esteri, ha deciso di "tornare" sul mercato italiano con pasta "antica" a ridotto contenuto di glutine). Il sud è il vero granaio d'Italia e seguono la tradizione il Pastificio Feudo Mondello di Palermo, il Pastificio artigianale D'Amicis di Serracapriola (FG) e l'Antico Pastificio Sannita di San Giorgio del Sannio (BN), che compie 90 anni. Tutte realtà che esauriscono il prodotto nel corso della stagione. Su larga scala segnaliamo l'abruzzese Delverde che ha presentato la nuova linea biologica integrale 100 per cento italiana e la linea Millennials con formati più adatti ai single.

Anche sul fronte farine vengono proposti grani antichi e di qualità, sia dai piccoli mulini come i Molini del Ponte di Castelvetro (TP) che da aziende più strutturate come Molino Grassi di Fraore (PR) che riesce a garantire una produzione di qualità a disposizione di una platea più ampia grazie alla distribuzione nella Gdo. E a fianco delle farine non potevano mancare i lieviti biologici Decorì eletti prodotto dell'anno per il 2018.

Biologico e salutare sono i termini più diffusi a Cibus 2018 con numerosi consorzi di agricoltori biologici. Citiamo Terra Bio, cooperativa umbra che distribuisce i prodotti tramite la cooperativa Sole e Terra di Curno. Sempre dalle terre che tanto hanno sofferto i terremoti negli ultimi mesi troviamo la Dolciaria Severino che propone una varietà di biscotti farciti

prodotti proprio a Norcia con farro biologico e locale.

Prodotti biologici di qualità vengono proposti anche da gruppi più strutturati come Mangiar Sano e Germinal, Probios, Farmo così come Bene Bio. Felicia punta a paste con legumi, molto richieste dai consumatori.

Dopo lenticchie rosse, piselli verdi e lenticchie gialle, Felicia, marchio di Andriani S.p.A, punta sui ceci e su un inedito legume per ampliare la propria gamma: il fagiolo verde Mung.

Punta al bio anche il colosso trentino dei brodi Bauer, prima marca biologica sul mercato, che a Cibus ha presentato il primo dado in grado di generare in pochi minuti il classico risotto giallo alla milanese, naturalmente con zafferano biologico. La Nicchia di Pantelleria propone invece conserve vegane, mentre Yogi lancia le tisane biologiche e in edizione limitata.

Attenzione alla qualità dei prodotti viene dimostrata da aziende che fanno dell'export uno dei punti di forza, come il Biscottificio Verona di Legnago (VR), così come ricerca e innovazione contraddistinguono l'attività dell'azienda Di Leo situata a Matera, produttrice di biscotti studiati per la salute dei consumatori e il Biscottificio Antonio Mattei di Prato. La Mole di Caselle Torinese (TO) propone una produzione da forno come le schiacciatine.

Segnaliamo poi un'azienda a conduzione familiare che vende più del 90 per cento del prodotto in Italia: i Bibanesi prodotti nel paese che da loro il nome, Bibano di Godega (TV) ogni anno incrementano la produzione senza mai dimenticare l'antica ricetta con ogni singolo bibanese che viene prodotto a mano. Una segnalazione sugli olii la meritano sicuramente i frantoi Cutrera di Ragusa e Terre Francescane di Spoleto (PG) che acquisiscono ogni anno una quota importante di mercato estero. Andrea Gradassi, direttore commerciale dell'azienda umbra, ha ideato una bottiglia da mezzo litro dinextravergine in vendita nei duty free e un olio speciale griffato Trussardi. Coricelli affianca all'extravergine un prodotto premium destinato alle famiglie come olio di frittura: a Cibus 2018 è stato lanciato Friggiamo, un nuovo blend in vetro con olio di riso e semi di girasole.

A Pianfei (CN) è nata un'azienda a conduzione familiare che lavora e miscela erbe di montagna, officinali, aromatiche,

Te, spezie e con diverse varietà di riso.

A dimostrazione che il Made in Italy propone veri e propri gioielli enogastronomici.

Rizzoli ha invece proposto ricette in scatola in collaborazione con l'azienda Mycookingbox della bergamasca Chiara Rota, destando grande curiosità e interesse anche tra il pubblico straniero.

Passando ai dolci possiamo affermare che vince la tradizione con prodotti come il panettone che vengono esportati 365 giorni all'anno. Qui le materie prime sono di qualità, si sperimentano nuovi prodotti ma fortunatamente non assistiamo a grandi stravolgimenti.

Il pasticciere Nicola Fiasconaro (Guinness World Record's) dell'omonima azienda di Castelbuono (PA) è orgoglioso dei suoi prodotti che riscuotono successo in tutto il mondo, così come Flamigni di Forlì, Borsari, Giovanni Cova &C e Muzzi di Badia Polesine (RO). Loison Prosegue nel solco della tradizione con prodotti particolarmente apprezzati anche sul mercato estero e presenta la novità del panettone cioccolato e caramello salato "Nero sale". Creme e cioccolati di Davide Barbero ad Asti sono sicuramente un ottimo abbinamento.

Una segnalazione particolare la merita l'Industria Dolciaria Quaranta di Caravaggio che esporta in tutto il mondo il torrone prodotto in terra bergamasca, con un'importante quota di mercato negli Stati Uniti con nuovi packaging e prodotti accattivanti come i cubi di torrone.

Per quanto riguarda la pattuglia bergamasca presente a Cibus segnaliamo il caseificio Preziosa di Seriate, Arrigoni Battista, Casa del Dolce, Caseificio Defendi Luigi, Grissinificio Zingonia, La Giraffa, La nuova gastronomia e pasticceria, Mylena tortellini, Oscartielle, Star Box, Turani Wood packaging solutions, Dreama, Zanetti formaggi.

Reti d'impresa, un convegno Ascom spiega come si fa

Giovedì 24 maggio alle ore 17 alla sede Ascom di Bergamo in via Borgo Palazzo è in programma il convegno 'Fare rete, fare bene, dalla collaborazione tra pmi al successo delle imprese'. La partecipazione è gratuita su prenotazione al sito internet www.ascombg.it – Info 035.4120203

Cresce il dettaglio specializzato in ortofrutta, +4% le vendite nel 2017

La “signora Maria”, decennale icona del consumatore medio che va a fare la spesa? Oggi non esiste più. “Oggi ci confrontiamo con la ‘dottoressa’ Maria, un utente di alto profilo, iper-informato, che legge giudizi sui social e sui blog, pubblica recensioni e scarica volantini e app”. Ecco il nuovo scenario di consumo con il quale deve confrontarsi anche il canale del normal trade in ortofrutta: con queste premesse si è aperto nella seconda giornata (giovedì 11 maggio) di Macfrut 2018 il convegno “Le nuove opportunità del dettaglio specializzato”, organizzato, oltre che dalla stessa fiera Macfrut, da FIDA, Federazione Italiana Dettaglianti Alimentari, e Italmercati, il network dei maggiori centri agroalimentari italiani, in media partnership con la testata Fruitbook Magazine.

A tracciare un profilo del nuovo consumatore e del nuovo ruolo del dettagliante è stato Livio Bresciani, vice presidente di FIDA, che ha presentato i numeri del settore dettaglianti che sta vivendo una nuova fase di sviluppo dopo 2 anni di crisi. “I negozi di ortofrutta in Italia sono 17.016, pari al 22,3% dei punti vendita alimentari specializzati – sottolinea – Gli acquisti di frutta e verdura presso i dettaglianti specializzati nel 2017 sono saliti a circa 1,86 milioni di tonnellate (+4% sul 2016) e attualmente ricoprono il 22% delle quote di mercato. Se gli acquisti di frutta e verdura crescono, cresce parimenti la domanda di prodotti ad alto contenuto di servizio, sani e salutari allo stesso tempo”.

E il consumatore? Ha poco tempo, è diventato multicanale ed è anche infedele (il 63% degli utenti acquista dove è più conveniente) e vorrebbe i vantaggi del digitale a quelli del luogo fisico. Quali sono dunque le nuove opportunità per il dettaglio specializzato? “Occorre cavalcare queste tendenze, offrire prodotti innovativi come centrifughe e succhi da passeggio, frutta e verdura già tagliata, minestroni creativi, gastronomia vegana e la rapidità di consegnare la spesa ordinata. Insomma un e-commerce di prossimità”.

Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati ha fatto invece una fotografia dei mercati all'ingrosso: un canale che conta oggi su un fatturato di 5 miliardi di euro, per un volume di 3,2 milioni di tonnellate all'anno di prodotti commercializzati. “L'ortofrutta oggi è un prodotto di qualità, che va curato e gestito con professionalità. – sottolinea Pallottini – Noi dei mercati all'ingrosso vogliamo portare avanti un progetto incentrato sulla qualità, stiamo anche mettendo a punto un nuovo format di negozio”.

Il convegno è stato anche l'occasione per premiare i migliori fruttivendoli d'Italia. Lo hanno fatto Apofruit e VI.P – Mela Val Venosta nell'ambito dei rispettivi concorsi “Magic Code” e “L'Amicizia premia sempre!”. Progetti di fidelizzazione che utilizzano le nuove tecnologie come app e qr code. Gianluca

Casadio, responsabile marketing di Apofruit, ha premiato con la consegna delle chiavi di una Lancia Ypsilon il signor Serranni Antonio di Noicattaro, in provincia di Bari, miglior dettagliante dei prodotti Solarelli e Melinda nell'edizione 2017 del concorso Magic Code, svolta in partnership con il consorzio melicolo della Val di Non. "Il progetto Solarelli, nato nel 2008 commercializza la linea di alta qualità di Apofruit con una alta gamma di referenze e un fatturato che registra un trend positivo costante.

Il fruttivendolo non è un semplice negoziante, è un "maestro della frutta": lo ha sottolineato anche VI.P, il consorzio melicolo altoatesino che commercializza la celebre Mela Val Venosta. "Il dettagliante è portavoce di nostre mele. – esordisce Benjamin Laimer, responsabile marketing.

Vincitori del contest della Val Venosta edizione 2018 è stata Gianna Giannuzzi, dettagliante della provincia di Bari, a cui sono state consegnate a Macfrut le chiavi di una Fiat Doblo.

Credito, venerdì l'Assemblea Fogalco

Venerdì 18 maggio a partire dalle ore 15 assemblea annuale Fogalco. In agenda, l'andamento del credito, l'approvazione bilancio e il rinnovo delle cariche sociali

Treviglio, Anghinoni confermato presidente dell'associazione commercianti

L'Associazione commercianti Trevigliesi conferma alla sua guida Gabriele Anghinoni. Nell'agenda per i prossimi mesi il rafforzamento della collaborazione con il Distretto del Commercio per la valorizzazione dei negozi e dell'intera città

Giovanni Zambonelli eletto presidente di Ascom Confcommercio Bergamo

Giovanni Zambonelli è il nuovo presidente di Ascom Confcommercio Bergamo. L'elezione è avvenuta oggi, lunedì 14 maggio, nell'ambito del Consiglio direttivo dell'Associazione. Il nuovo presidente subentra a Paolo Malvestiti che da 18 anni è stato alla guida dell'Associazione. A Malvestiti va la carica di presidente onorario e a lui viene intitolata la sala conferenze di Ascom.

Giovanni Zambonelli, classe 1960, imprenditore del settore dell'ospitalità, è titolare, insieme al fratello, del Best Western Hotel Cappello d'Oro di Bergamo e del Best Western Plus Hotel Monza e Brianza Palace di Cinisello Balsamo. Dal 2013 è vicepresidente di Ascom (vicario dal 2017) e consigliere di Confcommercio Lombardia; nel 2006 entra a fare

parte della Cooperativa di Garanzia Fogalco; dal 2005 è membro del consiglio direttivo di Ascom Bergamo, presidente del Gruppo Albergatori Ascom – Federalberghi Bergamo e consigliere e membro di giunta di Federalberghi Lombardia; dal 2002 è consigliere dell'Ente Bilaterale del Turismo. E' stato confermato come vicepresidente dell'Associazione Giorgio Beltrami, che prende il ruolo di vicepresidente vicario.

Entra a far parte del consiglio direttivo Cristian Botti, presidente del Gruppo Librai, Cartolai e Forniture d'ufficio, come primo candidato consigliere non eletto nell'assemblea elettiva del 2017.

Nel corso del Consiglio direttivo sono stati nominati anche i consiglieri di Confcommercio Lombardia. Oltre a Zambonelli prenderanno parte del Consiglio regionale della Confederazione: Giorgio Beltrami, Lorenzo Cereda, Diego Pedrali e Luciano Patelli.

Il nuovo consiglio direttivo di Ascom, che rimarrà in carica fino al 2021, risulta così composto: Giovanni Zambonelli, presidente; Giorgio Beltrami, vicepresidente vicario; consiglieri: Luca Bonicelli, Cristian Botti, Livio Bresciani, Roberto Capello, Lorenzo Cereda, Mauro Dolci, Petronilla Frosio, Riccardo Martinelli, Giuseppe Milazzo, Luciano Patelli, Diego Pedrali, Alessandro Riva, Giampietro Rota, Adriano Vacchelli.

Il terziario tiene: +1,2%

rispetto al 2017, in città +2,7%

Complessivamente nell'ultimo anno il saldo delle imprese bergamasche è positivo, con una crescita di 281 attività, rispetto al primo trimestre 2017, pari a +1,2% (dati Ascom Confcommercio Bergamo su Elaborazione Cciaa). Anche in città il dato è nel segno più, con una crescita di 108 imprese (+2,7%).

In particolare, prosegue il trend positivo delle attività di somministrazione bar e ristoranti e delle strutture ricettive: +3,1%, con 125 attività in più rispetto all'anno scorso. La tendenza ricalca quella degli ultimi tre anni: +8,9 % rispetto al 2015 (335 imprese in più) e +14,1% negli ultimi cinque anni (531 attività in più).

Resta invariato nell'ultimo anno il numero delle attività del commercio fisso alimentare, che venivano da un lungo periodo di crescita negli ultimi tre anni (+1,3% tra il 2015 e il 2017).

Quanto al commercio fisso non alimentare, rispetto al 2017, le attività sono cresciute del 5,2%, con 320 negozi in più. Il dato conferma il trend degli ultimi cinque anni che ha sfiorato il +9% con 540 attività (negli ultimi tre anni, dal 2015, il saldo è stato di 473 imprese, +7,9%).

Per quanto riguarda il commercio ambulante scende invece il numero delle imprese: il saldo è negativo con 78 attività in meno, pari al -3,3%. Si inverte così un trend di crescita che durava da tempo: +5,4% negli ultimi tre anni e ben +16,26% negli ultimi cinque anni.

Agenti e procacciatori e attività di servizi alle imprese sono diminuiti anche nell'ultimo anno (86 attività in meno). Prosegue così una striscia negativa che nell'ultimo triennio

ha visto il comparto scendere di 332 attività (-3,9%) .

“L’aumento del numero delle imprese dedite alla ristorazione è in alcuni casi dettato da un cambio di vocazione e destinazione di attività, in altri da un cambio di abitudini del consumo fuori casa -spiega il direttore **Oscar Fusini**-. Nutriamo però dubbi sull’effettiva tenuta dell’offerta, considerato che la domanda cresce molto più lentamente dell’offerta”.

Il commercio alimentare tiene complessivamente: “La chiusura dei punti vendita tradizionali compensa l’apertura di nuove attività con consumo sul posto, in stile street-food” - continua il direttore Ascom. Quanto alla crescita dei negozi non alimentari “l’ aumento è dovuto all’apertura e alla riapertura di nuovi negozi per lo più da parte di stranieri”.

Non preoccupano il calo delle attività di commercio su area pubblica, né di agenti, procacciatori e attività di servizi: “Il numero delle imprese di commercio ambulante scende per una maggiore rigidità sull’apertura ai fini di cittadinanza da parte di stranieri. Per quanto riguarda i mediatori e i servizi alle imprese, il calo è imputabile in larga misura al fatto che molti titolari di partita Iva sono stati assunti in aziende, grazie anche alle politiche di incentivi occupazionali”.

La città rispecchia l’andamento complessivo, enfatizzandone numeri e dinamiche: bar e ristoranti crescono del 7,2 %, il commercio non alimentare segna +10,9%, quello alimentare +0,4 %, mentre agenti e servizi registrano -2,56%; il calo è più accentuato per il commercio ambulante: -4,7%.

Paolo Malvestiti: “Lascio l’eredità del metodo dell’ascolto, della proposta e della condivisione”

“Questa è la mia ultima assemblea da presidente di Ascom. Dopo 18 anni con oggi termino il mio impegno. Non è questa l’occasione per celebrare quanto di buono ho fatto durante questi lunghi anni di presidenza. Lascio a tutte le persone coinvolte nell’Associazione, ai soci, ai consiglieri, ai presidenti, ai dipendenti, alla pubblica opinione e a chi mi ha voluto bene, il compito di dare una valutazione al mio operato”. Queste le parole di **Paolo Malvestiti**, con cui ha introdotto la sua relazione, con quel piglio concreto che da sempre lo contraddistingue. Il suo primo pensiero va all’Ascom di domani, cui lascia la preziosa eredità della sua guida: “Voglio indicare a chi mi succederà, l’eredità del metodo con il quale abbiamo affrontato i problemi delle imprese in questi anni. È stato il metodo dell’ascolto, della proposta e della condivisione e anche della collaborazione con la parte politica. Non abbiamo mai alzato la voce, ma abbiamo sempre cercato di condividere proposte e trovare soluzioni ad ogni livello, nazionale, regionale e locale. Non ci è mai appartenuto quel modo che caratterizza oggi il fare politica di annientare gli avversari, giocare sul sentimento di pancia e trovare facili slogan. Non è mai stato nostro e mai dovrà entrare nelle corde del fare associazione. Noi siamo per la buona politica e per la collaborazione con chi pone al centro il bene delle imprese e del sistema Paese”. Il primo ingrediente per una gestione di successo è la responsabilità: “Siamo convinti che non si possono più affrontare le grandi sfide agendo sulla difesa degli interessi di corporazione, ma partendo dalla logica della difesa di un bene più grande che è

il futuro di questo Paese. Credo che il giudizio su quanto ho fatto e su quanto la nostra Associazione sarà chiamata a fare, dovrà essere valutato alla luce di ciò che sta avvenendo e delle difficoltà che il nostro sistema economico vive. Oggi, da più parti, si torna a riconoscere il ruolo delle associazioni datoriali e questo ci rimette al centro di un progetto Paese e ci chiama a delle responsabilità”.

Lo scenario economico

Le nostre imprese hanno bisogno di aiuto. Dall'analisi dei dati risulta che la crisi è terminata; i principali indicatori rilevano che il Paese è ripartito. Non è proprio così, perché i nostri settori, quelli vocati alla soddisfazione del mercato interno, sono ancora fermi al palo. Ad aprile il clima di fiducia è peggiorato; e quello dei consumatori è diminuito da 117,5 punti a 117,1 mentre le imprese hanno registrato una flessione da 105,9 a 105,1. Molto marcato è il calo avvenuto nel commercio al dettaglio (da 105,0 a 97,5). È come se, con la decennale crisi, fossimo franati in un pozzo alto dieci metri. Ci serviranno altrettanti anni per recuperare quanto abbiamo perso e non sarà facile.

Il quadro politico

Il quadro politico internazionale e nazionale non aiuta. Il muro doganale degli Stati Uniti, la situazione orientale e in particolare quella siriana, i paesi del Sud America con la crisi del Venezuela, e, per stare in Europa, la Brexit, e l'asse produttivo della Germania con i paesi dell'est, sono situazioni che stanno indebolendo il quadro geopolitico internazionale. Se veniamo all'Italia il contesto non migliora con l'incertezza degli esiti del voto, un governo che stenta a formarsi e i veti incrociati dei diversi partiti. Quanto avviene a livello internazionale, a causa anche del suo clamore mediatico, incide sull'economia reale con gli stessi effetti immediati che da sempre ha sui mercati finanziari. Abbiamo davanti un quadro preoccupante che non aiuta né la

spinta ottimistica dei consumi né gli investimenti delle imprese. Non solo. A ciò si aggiunge il cambiamento di acquisto dei consumatori che hanno ridotto programmazione e prevedibilità.

Il consumatore non solo compra meno nei negozi e più on line, ma è soggetto a spinte spesso compulsive. Questo si traduce in un altalenarsi di periodi di punta molto forti a lunghi periodi statici, che comportano evidenti e seri problemi di gestione del lavoro.

Le richieste al Governo

Servono risposte urgenti per le imprese. La prima è sicuramente la riduzione della pressione fiscale, in modo da liberare risorse che possano tradursi in consumi per le famiglie e in investimenti per le imprese. Solo una politica fiscale coraggiosa può invertire un ciclo che è stato negativo in questi anni. Occorre ridurre la spesa pubblica, alleggerire il sistema della spesa improduttiva, diminuire le tasse e far ripartire l'economia. Una seconda risposta deve essere data sul versante degli adempimenti. Sono troppi, troppo onerosi e penalizzano il desiderio di fare impresa. Come può un imprenditore dedicare metà del suo tempo lavorativo per i corsi obbligatori e l'altra metà per gli adempimenti fiscali? La terza risposta è lo snellimento dell'approccio verso le PMI. Se dobbiamo recepire le normative europee lo dobbiamo fare bene e non come è avvenuto spesso in maniera maldestra o addirittura punitiva per il nostro tessuto economico. I modelli di applicazione delle norme per le micro e piccole imprese devono essere diversi e più agevoli rispetto alle grandi aziende. Come è possibile che l'applicazione della normativa sulla privacy, che a breve entrerà in vigore, metta sullo stesso piano grandi e piccole imprese? Infine, la risposta più incisiva che chiediamo alla buona politica è di affrontare con urgenza e in chiave europea il tema della concorrenza del commercio elettronico, che rischia seriamente di uccidere il commercio tradizionale. Non è certamente

possibile sostenere o difendere le grandi piattaforme che stanno sottraendo capitali alle nostre imprese, ai nostri lavoratori e allo Stato. In questo modo si creano solo concentrazioni di capitali che si dirigono verso paradisi fiscali e un modello di dualismo che non appartiene al nostro modo di vivere e lavorare, ponendo una frattura tra chi è ricco, pochi, e chi si impoverisce, molti.

La sfida dell'innovazione

L'innovazione non va demonizzata, ma va governata. Questo deve valere tanto nel ragionamento dell'equilibrio tra uomo e macchina quanto nel commercio on line. Bisogna trovare soluzioni anche dal punto di vista ambientale, perché non è sostenibile un modello che muove corrieri per portare anche un solo articolo a casa del consumatore. Così come l'industria ha lavorato per la sostenibilità dell'ambiente in questi decenni, anche nel comparto del terziario servono misure urgenti e forti per impedire che la situazione degeneri.

Lavoro e sviluppo

È necessario produrre buon lavoro su tutti i fronti. La nostra Associazione ha attraversato sia le fasi delle relazioni conflittuali che quelle partecipative con i sindacati dei lavoratori. Ora ci troviamo nelle condizioni di costruire relazioni collaborative per frenare l'espansione di modelli che danneggiano le imprese e il lavoro. Il commercio per tornare a crescere deve ritrovare un percorso di sviluppo equilibrato. La nostra Associazione ha sempre sostenuto la crescita armonica del terziario. Un mix di grandi, medi e piccoli esercizi che rispondono al bisogno della clientela e assicurano la vivacità e il presidio dei centri storici. All'indomani del decreto Bersani del 1998 i nostri settori hanno registrato un decennio di crescita per numero di aziende, fatturato e addetti. Poi, complice la crisi, ma anche l'attuazione di alcune direttive comunitarie, negli ultimi anni stiamo registrando una crescita esagerata e

caotica del numero di medie superfici. Questi insediamenti, non essendo sottoposti alla conferenza di servizi regionali, sfuggono a qualsiasi controllo e supervisione e stanno realmente minacciando il commercio di vicinato. Occorre una modifica della normativa che sottoponga di nuovo gli insediamenti di medie superfici alla conferenza di servizi e riassegni un ruolo consultivo alle associazioni di categoria. Il lavoro è l'altro elemento fondante i nostri settori. Siamo un paese con forti difficoltà occupazionali sul fronte giovanile e le nostre imprese faticano a trovare manodopera. I modelli di istruzione devono cambiare e devono essere assegnate più risorse alla formazione senza la quale il paese non potrà crescere. I percorsi scolastici devono essere adeguati alle necessità attuali e prospettiche delle imprese. L'alternanza scuola lavoro è una prima risposta al bisogno di creare ponti tra il mondo dell'impresa e gli studenti. Ci stiamo lavorando grazie anche ai fondi stanziati dalla Camera di Commercio, ma la programmazione deve ancora essere messa a punto perché lo strumento dispieghi il suo effetto di crescita dei ragazzi. Il titolo di questa assemblea "Il terziario cresce. Tradizione e innovazione" indica quale è la chiave di volta per le imprese: dobbiamo mantenere le nostre radici, nostri valori, l'attenzione all'accoglienza e al servizio ai clienti. Un modus operandi che ci ha portato a sopravvivere e a resistere in un mondo sempre più difficile. Siamo chiamati a continuare su questa strada con metodi e strumenti nuovi, innovativi e al passo con i tempi.

Gli orari di apertura

A più di sei anni dall'introduzione del decreto Monti è inoltre ancora ferma la questione degli orari di apertura. La liberalizzazione totale non ha portato ad una crescita delle vendite ma alla loro distribuzione su 7 giorni anziché 6. Non è tanto in gioco il sistema della concorrenza tra grandi e piccoli, quanto la necessità di assicurare condizioni

lavorative migliori agli addetti del commercio, titolari e dipendenti. Per questo a distanza di qualche anno di sperimentazione auspichiamo che il Governo torni sul tema con una legge snella che preveda un numero minimo di chiusure nelle principali festività nazionali. Anche in questo caso sarebbe opportuno riassegnare un ruolo consultivo e di proposta alle associazioni di categoria che potrebbero mediare tra i diversi interessi in gioco.

I distretti del commercio

Questi anni sono stati contraddistinti dalla costituzione e dallo sviluppo dei distretti del commercio. Ricordo che nacquero all'indomani di alcuni viaggi di studio in alcuni paesi europei ai quali partecipammo come Ascom. I distretti sono una felice intuizione lombarda per favorire l'investimento pubblico e privato nel commercio e creare cabine di regia per il confronto tra i diversi attori sulle opportunità e i problemi che affliggono la distribuzione. Sono inoltre occasione di integrazione tra commercio e turismo.

Il turismo

Quest'ultimo è il comparto che maggiormente è cresciuto in questi anni in provincia, in particolare grazie al successo registrato dal nostro aeroporto e dagli sforzi che gli enti preposti – Regione, Camera di Commercio Provincia e Comuni – hanno compiuto in questa direzione. Le ricadute del turismo sono strategiche per il commercio. Soprattutto la città e l'hinterland hanno goduto di evidenti vantaggi dalla crescita dei visitatori, arricchendo anche la proposta per i cittadini residenti.

La formazione

La vocazione turistica si deve ancora affermare appieno e come per altri comparti serve più managerialità nel lavoro. Per questo, accanto agli investimenti, devono crescere le

competenze degli addetti. Come organizzazione stiamo per scendere in campo soprattutto su questo versante, dove la difficoltà di reperire manodopera e la distanza tra scuola e imprese sono più evidenti. Nei prossimi anni il nostro sistema dovrà puntare in maniera sinergica alla creazione di percorsi scolastici e di formazione che preparino le figure necessarie nel campo dell'accoglienza.

Oggi è necessario più che mai migliorare i collegamenti tra l'aeroporto, la città e i principali centri della nostra provincia, in modo da rendere più appetibile la destinazione Bergamo e favorire una distribuzione equilibrata dei benefici dei flussi turistici. Inoltre occorre proseguire nella direzione di costruire e valorizzare i percorsi che interessano i turisti, le proposte culturali ed enogastronomiche.

Infine, pur riconoscendo il ruolo importante della ricettività extralberghiera, occorre proseguire sulla strada del rigore e del rispetto delle regole in modo che allo stesso mercato corrispondano le stesse regole per tutti.

Appello agli imprenditori

In questo contesto chiediamo ai nostri imprenditori, in primo luogo, di continuare a fare bene. Anzi, meglio di quanto abbiano fatto fino ad oggi.

Chiediamo di fare impresa per il bene loro, dei loro familiari e dei loro dipendenti.

Chiediamo di credere che questo Paese ha ancora un futuro e può continuare ad essere un Paese in cui si vive e si lavora bene.

Chiediamo di tornare ad investire. L'investimento e la programmazione sono la base per la crescita delle imprese.

Chiediamo di credere nella formazione, che è la strategia sulla quale puntare per la crescita della managerialità.

Chiediamo di cogliere la sfida dell'innovazione e della digitalizzazione.

I dati dicono che i nostri settori sono quelli che hanno

investito meno, in questi anni, nell'innovazione tecnologica. Siamo in ritardo, perché abbiamo prima investito nella costruzione dei punti vendita, nel loro ammodernamento e nelle competenze di accoglienza. Ora è necessario investire in digitalizzazione, perché senza tecnologia si compete con maggior difficoltà. L'introduzione della fattura elettronica, per esempio, che oggi è fonte di grandi disagi per i piccoli imprenditori, rappresenterà l'occasione di far entrare la tecnologia nella gestione quotidiana delle imprese. L'Ascom è consapevole di questo cambiamento e pronta ad affrontare, insieme a ciascuno di voi, questa nuova sfida. Perché prima delle imprese ci sono gli uomini, le persone e il loro lavoro.

La parola alle imprese: “E-commerce, digitalizzazione e concorrenza gdo, sfide da cogliere”



Alessandra Cereda

Oltre a ringraziare il loro presidente per 18 anni di appassionata guida dell'Associazione, i rappresentanti di categoria hanno portato le istanze delle imprese di fronte alle autorità presenti e alla folta platea.

Alessandra Cereda, presidente di Terziario Donna, Gruppo nato dalla volontà del presidente Malvestiti nel 2013, ha acceso i riflettori sulle difficoltà delle imprese al femminile: “La nostra è una vita di tripli sacrifici e salti mortali per conciliare famiglia, impresa e casa. La gestione familiare è complicata dagli orari di asili e scuole che se faticano a rispondere a quelli delle lavoratrici dipendenti, sono decisamente inadeguati per chi deve mandare avanti un'attività. La mia e la nostra promessa come Gruppo è che cercheremo di fare bene e con caparbietà, carichi della responsabilità e della fiducia che il presidente Malvestiti ci ha rinnovato oggi”.



Diego Pedrali

Il presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi **Diego Pedrali**, recentemente confermato nel direttivo nazionale di Federmoda, ha messo in luce i problemi che ogni giorno vivono i negozi: “Sono dispiaciuto che Malvestiti lasci prima della scadenza del suo mandato, in un altro periodo difficile che siamo chiamati ad affrontare come commercianti. Da 35 anni gestisco un punto vendita, ma oggi non basta più avere clienti fidelizzati. La gente è sempre meno attratta dai negozi e il commercio si trova sopra un baratro che non ha fondo. Con i consumi fermi al palo un ulteriore aumento dell’Iva sarebbe una vera mazzata, letale per tante imprese. Quando si è sul baratro non resta che arretrare. Mai come oggi abbiamo bisogno di un governo, solo così si può rilanciare l’economia”. Rivolto alle autorità presenti, Pedrali, ha aggiunto: “Serve una maggiore attenzione nella calendarizzazione degli eventi e le attenzioni sul fronte della sicurezza non sono mai abbastanza”.



Luca Bonicelli

Luca Bonicelli, presidente dei Gastronomi e salumieri, ha invitato i soci a guardare a minacce, dal boom dell’e-commerce alla concorrenza della gdo, come opportunità: “Ho un’attività in un piccolo comune, a Villa d’Ogna dove sono rimasto l’unico o quasi negozio aperto. Credo che il commercio tradizionale abbia tutte le qualità per potere stare sul mercato: dopo tutto l’e-commerce ha replicato in grande scala il nostro servizio di ordini e consegna a domicilio, la gdo ha

voluto ricreare il mix di botteghe creato nelle vie dei nostri centri storici dalle nostre vetrine e il prodotto tipico, rivendicato da tante catene del food, l'abbiamo sempre selezionato noi. Io credo che per il futuro dobbiamo solo capire cosa vogliono consumatori, attraverso un dialogo con i nostri clienti".

Cristian Botti, presidente del Gruppo Librai e Cartolibrari Ascom, ha indicato nella sfida alla digitalizzazione l'impegno futuro per il commercio: "Le nostre imprese hanno investito ancora poco in innovazione e digitalizzazione. Io credo che il digitale, a partire da quello che sarà la fatturazione elettronica, porti con sé, pur tra le mille difficoltà, dei vantaggi, oltre che un risparmio nei costi e una maggiore facilità di archiviazione. E' una sfida anche per la nostra associazione, che può fare molto per agevolarci in questo passaggio epocale".



Mauro Dolci

Mauro Dolci, presidente provinciale e vicepresidente vicario Fiva- Federazione italiana venditori su area pubblica, ha sottolineato come "le attività di commercio tradizionale e quelle ambulanti debbano lavorare insieme per contrastare la concorrenza della grande distribuzione e delle vendite online. Lavorando fianco a fianco possiamo avere risultati".

Non potevano mancare i saluti di chi ha affiancato durante la sua lunga guida Malvestiti. **Riccardo Martinelli**, presidente di Fogalco, è stato per anni vicepresidente dell'Associazione, e

ha voluto ricordare l'intuizione di Malvestiti nel dare vita ad un grande Confidi regionale: "Nel 2009 Ascom è stata tra i promotori di Asconfidi Lombardia, una realtà di primaria importanza a livello nazionale ed un esempio virtuoso nel credito".



Pier Carlo Capozzi

Pier Carlo Capozzi, primo albergatore ad affiancare Paolo Malvestiti come suo vice nel 2000, ha aggiunto, rivolto al presidente: "Ci hai accompagnato in anni davvero difficili e hai vinto tante scommesse, a partire da quella della sede di Osio Sotto, superando con i fatti le perplessità di molti, oltre che la mia. Sei stato un dirigente appassionato e Ascom è stata davvero la tua seconda casa, oltre a lavorare in parallelo in Camera di Commercio, senza perdere mai vista le tue attività imprenditoriali".

Il saluto e gli attestati di stima delle autorità

Il sindaco Giorgio Gori, l'assessore al Turismo regionale Lara Magoni, il vicepresidente di Confcommercio Lombardia Renato Borghi e Alberto Brivio, alla guida di Imprese & Territorio, si sono uniti ai saluti di Carlo Sangalli