

Hamburger day: una passione anche italiana

Il 28 maggio si celebra l'Hamburger Day, e quale migliore occasione per celebrare uno dei cibi più apprezzati da grandi e piccini per i pasti fuori casa? Da sempre infatti, questo piatto è sinonimo di pranzo o cena veloce, soprattutto da gustare fuori. Secondo Quandoo, la piattaforma di prenotazione di ristoranti con la più rapida crescita a livello globale, che permette di prenotare in oltre 18.000 ristoranti nel mondo di cui 5.000 in Italia, ogni anno più del 10% dei propri utenti a livello globale sceglie infatti la cucina americana quando prenota il proprio dining out. In Italia la cucina americana è la più scelta dopo quelle italiana e di pesce, raccogliendo un 7% delle preferenze degli utenti. Segno, quest'ultimo, che anche nel Bel Paese gli hamburger sono sempre più apprezzati grazie anche alle nuove versioni che i ristoranti oggi offrono.

Dalle origini...

Ma da dove ha origine questo piatto? Come per tutti i veri e propri "miti", anche per l'hamburger esistono diverse "leggende". La più accreditata vede l'entrata in scena di questa specialità intorno al XV secolo, periodo in cui la carne macinata (alla base della ricetta classica del panino) era considerata un alimento prelibato in tutta Europa ed è qui che l'hamburger è nato e si è diffuso. Nel XVIII secolo Amburgo era il porto più importante del vecchio continente da cui salpavano le navi dirette verso l'America; gli immigrati e i marinai tedeschi in viaggio verso il nuovo mondo portavano con sé le proprie ricette preferite. La comparsa del vero hamburger avviene quindi a New York, i cui porti accoglievano le navi provenienti dall'Europa e in particolare dalla Germania. Lungo i porti, infatti, i baracchini iniziarono a proporre l'hamburg steak, per attirare i marinai tedeschi.

Nel 1826, Delmonico's fu il primo ristorante americano a includere nel proprio menù l'hamburger a New York. Per quanto riguarda la trasposizione americana dell'hamburger, negli anni sono state diverse le attribuzioni relative a chi fu il primo a introdurlo. La versione più accreditata riporta che il luogo natale dell'hamburger sia Tulsa, Oklahoma, a opera di Oscar Weber Bilby che servì il primo vero panino nel 1891 su 'bun', tipico panino dolce. Da allora, l'hamburger ha avuto una diffusione inarrestabile, con l'apertura dei primi fast food a partire dal 1921 che negli anni hanno standardizzato la ricetta e uniformato il processo di realizzazione dei panini in tutto il mondo.

...ai giorni nostri

Ma oggi l'hamburger non è solo fast food. Infatti, negli ultimi anni la tendenza ha visto la trasformazione di questo piatto: nell'ideale comune spesso associato al junk food, il celebre "panino" ha saputo conquistare una nuova posizione fino ad arrivare ad essere considerato una pietanza gourmet, studiata e rivista con alimenti di alta qualità e abbinamenti particolari, anche da chef rinomati. Non solo carne bovina, ma anche burger di pesce, pollo, o verdura. Non a caso, il primo hamburger ad approdare in borsa poche settimane fa è vegano!

L'hamburger in Italia

E in Italia? Se si ha voglia di burger, è possibile scegliere e prenotare la prossima dining experience a base del noto panino su Quandoo. La piattaforma mette a disposizione degli utenti oltre 600 ristoranti che offrono hamburger per tutti i gusti nel nostro Paese. L'offerta principale proviene dalle grandi città come Roma, con 70 locali su Quandoo, e Milano, con 50 ristoranti, seguono Napoli a quota 35, Torino con 25 ristoranti, Firenze a quota 15 e Venezia, Catania e Palermo con 10.

La top 10 degli hamburger più strani

Anche i ristoranti Italiani prenotabili su Quandoo cavalcano il trend dei burger gourmet, offrendo proposte capaci di

soddisfare qualsiasi gusto! Dai burger con i gamberi a quello di ceci, ecco i 10 piatti più particolari:

Hamburger marinato in tequila e lime con guacamole e germogli di crescione;

Burger di quinoa e carote, stracciatella, melanzane alla griglia, pomodoro ramato, cuore di lattuga, pesto senza aglio;

Burger con pane al nero di seppia e sesamo bianco con code di gambero alla piastra, salsa tzatziki, cipolla rossa di Tropea e rucola;

Hamburger di petto di pollo grigliato, coriandolo, insalata, julienne di carote, salsa satay, maionese alle erbe;

Hamburger di agnello, guacamole, formaggio, insalata, maionese alle erbe, relish di pomodoro;

Hamburger di manzo grigliato, bacon croccante, formaggio, insalata, relish di pomodoro, maionese alle erbe;

Hamburger di Wagyu con Gorgonzola, cipolla, funghi;

Burger con carpaccio di salmone affumicato, formaggio spalmabile, avocado, pomodorini secchi su pane alla cipolla;

Hamburger di Fassona, taleggio, peperoni arrostiti, cuore di lattuga, salsa piccante;

Burger di ceci, peperoni alla piastra, salsa tzatziki, insalata, relish di pomodoro

“Da piatto veloce e spesso associato al junk food, l’hamburger è entrato nella tradizione italiana con versioni studiate ad hoc per incontrare il gusto raffinato degli utenti del nostro Paese”, commenta Andrea Favarato, VP Southern Europe di Quandoo. “La passione verso questo piatto si può notare dal numero crescente di prenotazioni e dei locali che offrono nei loro menù burger gourmet o ricercati. Mettendo a confronto il primo trimestre 2018 con il primo del 2019, abbiamo registrato a livello mondiale una crescita del 110% di utenti che scelgono di prenotare un ristorante che serve hamburger. In Italia, nello stesso periodo, l’incremento arriva a un +214%. Segno del completo sdoganamento degli hamburger, entrati a pieno titolo come uno dei cibi preferiti per le cene fuori

casa, dopo la cucina italiana in generale”.

Quandoo

Quandoo è la piattaforma di prenotazione per i ristoranti in tempo reale che sta registrando la più rapida crescita a livello globale. In meno di 6 anni, Quandoo ha raggiunto 12 Paesi e ospitato più di 135 milioni di clienti in oltre 18.000 ristoranti. La tecnologia di Quandoo fornisce a ristoranti e utenti gli strumenti necessari per rendere un pranzo o una cena un momento davvero unico di degustazione delle specialità locali e non. Con headquarter a Berlino e sedi in Austria, Svizzera, Italia, Turchia, Regno Unito, Hong Kong, Finlandia, Singapore, Australia e Paesi Bassi, i fondatori puntano a far diventare Quandoo il marketplace leader nel mondo per le esperienze legate al cibo e al settore food. Quandoo fa parte di Recruit Holdings e con le sue consociate HotPepper e AirRegi costituisce la più grande azienda di software e marketing per ristoranti al mondo. Quandoo conta nel proprio team oltre 500 persone provenienti da 50 Paesi.

È online il nuovo portale di Ascom dedicato alle imprese storiche bergamasche

È online il nuovo portale di Ascom Confcommercio Bergamo, “Rete Imprese Storiche di Bergamo”, dedicato alle imprese storiche bergamasche. L’obiettivo dell’associazione è quello di valorizzare tutte le imprese del commercio, turismo e servizi che hanno più di 25 anni di attività.

Con la rete delle imprese storiche, Ascom offre alle attività più longeve di Bergamo e provincia un marchio, un sito

internet e servizi di assistenza e consulenza su misura per aiutarle nella promozione dell'attività.

Chi entra a far parte del circuito sarà riconoscibile da una vetrofania, da un attestato e dalla pubblicazione della loro storia e delle foto più significative sul sito www.reteimpresestoriche.it.

Ad oggi sono circa 30 le attività, suddivise per i settori Food & Wine, Alimentari, Strutture ricettive, Bar e intrattenimento, Moda e stile, Commercio no food, Arredo casa, Auto moto e bici, Servizi, che hanno aderito al progetto.

Aderire è molto semplice. Basta compilare un format predisposto sulla pagina del sito www.reteimpresestoriche.it, che richiede i dati e la storia dell'azienda oltre ad alcune foto significative recenti e/o storiche.

Il riconoscimento e l'adesione al progetto sono totalmente gratuiti. Il sito internet mette a disposizione di ogni attività una pagina dedicata con recapiti, fotografie, presentazione dell'attività e volendo un video di presentazione. Navigando tra le pagine il visitatore potrà così conoscere gli indirizzi, la storia, e il lavoro e la passione che c'è dietro ciascuna attività. Una volta all'anno è prevista anche l'organizzazione di una festa per tutte le aziende iscritte alle quali si consegneranno attestato e vetrofania.

All'iniziativa possono partecipare anche i panificatori iscritti ad Aspan.

Le imprese interessate ad aderire al circuito possono contattare Simona Nessi di Ascom Confcommercio Bergamo al tel. 035.4120183 e all'indirizzo simona.nessi@ascombg.it - www.reteimpresestoriche.it



La lunga esperienza in campo lavorativo è certificazione di qualità, servizio e passione.



COME ADERIRE

Se la tua attività ha più di 25 anni, e vuoi fare parte di "Rete Imprese Storiche Bergamo" vai alla pagina www.reteimprestoriche.it/comeaderire.html e compila la scheda di adesione al progetto. Oppure chiama in Ascom e ti aiuteremo noi.

L'adesione è gratuita e dà tanti vantaggi.

È un servizio della tua Associazione per valorizzare e certificare la tua pluridecennale esperienza, la tua sicura competenza e l'alta qualità della tua offerta commerciale.



Ascom Confcommercio Bergamo
Imprese per l'Italia
24125 Bergamo - Via Borgo Palazzo 137
Tel. 035 4120304
soci@ascombg.it
www.reteimprestoriche.it



La tua impresa ha più di 25 anni?

Aderisci alla Rete delle Imprese Storiche di Bergamo. Insieme diamo il giusto valore alla tua attività.



Ascom Confcommercio Bergamo riconosce il merito delle imprese e la capacità e il talento di chi ci lavora.

Entra in "Rete Imprese Storiche Bergamo"

È il circuito promosso da Ascom che valorizza le imprese bergamasche in attività da oltre 25 anni: non semplici esercizi commerciali, ma vere e proprie realtà che fanno parte di un patrimonio e di una tradizione da conservare e da valorizzare.

Far parte di "Rete Imprese Storiche Bergamo" significa avere a disposizione strumenti che permettono di promuovere ulteriormente la propria attività, aver maggior visibilità e tutte le attenzioni che un'impresa in attività da oltre 25 anni si merita.

Non è un semplice riconoscimento, ma una concreta collaborazione che Ascom offre ai suoi associati più longevi.



Negozi, botteghe, bar, ristoranti, alberghi e tutte le imprese del commercio, turismo e servizi sono la ricchezza di un territorio; sono i protagonisti della qualità della vita di tutte le persone.

I VANTAGGI A COSTO ZERO

Ascom attraverso il portale www.reteimprestoriche.it, un marchio esclusivo e un attestato, offre gratuitamente, visibilità alle imprese bergamasche e suscita la curiosità dei consumatori.

I SERVIZI AGGIUNTIVI

Ma c'è di più. A pagamento Ascom mette a disposizione una serie di servizi che aiutano a mettersi in mostra e a comunicare al meglio: ufficio stampa, servizio fotografico, pianificazione pubblicitaria. Insieme valorizziamo il tuo lavoro!

Gli strumenti offerti da Ascom Confcommercio Bergamo per la valorizzazione dell'impegno e del lavoro delle Imprese storiche



VETROFANIA

Un marchio esclusivo per comunicare a tutti la propria passione e soprattutto la propria esperienza.



PERGAMENA

Un attestato che certifica l'appartenenza a "Rete Imprese Storiche Bergamo".



UN PORTALE

Un sito dedicato per far conoscere alla clientela, attuale e futura, la qualità dei prodotti e la professionalità, garantiti dall'esperienza.



LA TUA PAGINA PERSONALE

Una pagina dedicata a ciascuna impresa in un contesto prestigioso e visitato.

www.reteimprestoriche.it

Rendere efficace l'agenzia

immobiliare sui social. Al via un corso Fimaa gratuito

Fimaa Bergamo organizza un corso gratuito dedicato agli agenti immobiliari che insegna come rendere efficace l'agenzia sui social. Il corso è in programma giovedì 6 giugno alla sede Ascom di via Borgo Palazzo 137 a Bergamo con inizio alle ore 14.30 (accredito alle ore 14.15) ed è tenuto da Gianluca Sigiani – Digital Strategist e coordinatore del network ShareNow.

La partecipazione è libera.

[CLICCA QUI](#) per iscriverti

Firmato l'accordo sulla stagionalità nel terziario e sulla formazione 4.0

Intesa trovata tra Ascom Confcommercio Bergamo e le Organizzazioni sindacali sulla stagionalità nel terziario e sulla formazione 4.0. La firma degli accordi è avvenuta ieri nella sede dell'Associazione commercianti di via Borgo Palazzo.

L'accordo sulla stagionalità nel terziario prevede la possibilità di assumere personale a tempo determinato per ragioni di stagionalità – ad esempio un commesso – senza limiti numerici per tutte le attività del Terziario situate nei Comuni turistici della provincia di Bergamo elencati

nell'accordo che applicano il CCNL Terziario Distribuzione e Servizi e che sono fortemente condizionate da un'intensificazione dell'attività in alcuni periodi dell'anno. L'accordo ha validità nei periodi connessi allo svolgimento di manifestazioni e iniziative promozionali e/o commerciali e nei periodi di intensificazione stagionale e/o ciclica dell'attività in seno ad aziende ad apertura annuale nei periodi dal 1 giugno al 30 settembre e dal 1 dicembre al 31 marzo.

Riguardo alla Formazione, il Contratto Collettivo Territoriale consente alle imprese associate ad Ascom Confcommercio Bergamo, che rispettano integralmente il CCNL del Terziario, di poter beneficiare di un credito di imposta per le spese relative al costo aziendale del personale dipendente per il periodo in cui è occupato in attività di formazione, negli ambiti richiamati dal Piano Nazionale Impresa 4.0. La Legge di Bilancio 2019 prevede che tale credito d'imposta possa essere fruito nella misura del 50% dalle piccole imprese e del 40% dalle medie imprese, fermo restando il limite massimo annuale di 300.000 euro. Per le grandi imprese la misura è del 30% nel limite massimo annuale di 200.000 euro.

I due accordi riguardano circa 20 mila piccole e medie imprese per un totale stimato di 50 mila lavoratori.

“Un accordo importante quello della stagionalità per l'economia del nostro territorio e per i lavoratori – spiega il responsabile Politiche del lavoro, welfare e relazioni sindacali di Ascom Confcommercio Bergamo, Enrico Betti -. Con la firma di questo accordo, peraltro frutto di una lunga e articolata trattativa, diamo risposta ad un'esigenza sentita dalle imprese locali del commercio e dei servizi, che devono poter gestire i picchi di lavoro durante l'anno senza le limitazioni previste dalle nuove normative sui contratti a termine. Era fondamentale dare uno strumento di flessibilità alle nostre imprese del commercio che si trovano a dover affrontare un flusso di lavoro maggiore durante determinati

periodi dell'anno. L'accordo sul credito d'imposta previsto dalla legge di bilancio per le attività formative è parte di un percorso che vede la nostra Associazione impegnata nello sviluppo della formazione come leva strategica per la competitività dell'impresa e per il consolidamento delle competenze dei nostri collaboratori".

"E' una firma che attendevamo da tempo – afferma Alberto Citerio, segretario generale Fisascat Cisl Bergamo – e che oggi consegna al territorio la possibilità di offrire lavoro di migliore qualità e professionalità, tra l'altro per una platea molto ampia di lavoratori. L'intesa di oggi definisce gli 'stagionali' del commercio in località turistiche e in periodi di maggiore attrattività con trattamenti contrattuali sicuri e garantiti, grazie anche all'intervento della bilateralità, e prende atto dell'esigenza delle attività, consentendo di utilizzare in maniera stagionale una forma di contratto, quello a termine, invece di altre forme atipiche e flessibili. Inoltre l'innovazione attraverso la formazione favorita dall'accordo formazione impresa 4.0 è elemento strategico per tutto il settore".

"In uno scenario dove spesso il ricorso al lavoro iperflessibile non ci sembra essere così raro, abbiamo trovato una sintesi – afferma Mario Colleoni, segretario generale della Filcams – per cercare di valorizzare la buona occupazione nei periodi di lavoro stagionale. Tratto per noi fondamentale è il monitoraggio previsto rispetto agli effetti che avrà questa intesa. Sarà importante, rispettare i principi tracciati da questo accordo, che prevedono l'utilizzo dei lavoratori stagionali solo in alcuni periodi dell'anno ed esclusivamente a fronte di picchi di lavoro o in presenza di manifestazioni temporanee, valorizzandone le professionalità, stimolando la formazione degli stessi, introducendo il diritto di precedenza nel caso l'azienda in un'altra stagione avesse ancora bisogno degli stessi lavoratori e incentivando le imprese, laddove si riveli l'attività non essere più solo

stagionale, ad assumere i lavoratori a tempo indeterminato. Sul capitolo relativo alla formazione, dato l'impatto che le nuove tecnologie stanno avendo in alcune aree del Terziario quali Commercio Servizi e Turismo, fondamentale è stimolare la buona formazione affinché la stessa giochi un ruolo importante per i lavoratori in relazione ai costanti cambiamenti in essere nell'economia italiana. L'accordo siglato può rappresentare una base per valorizzare la formazione in relazione ad un'adeguata analisi e conoscenza di quelle che vogliono essere le politiche economiche e commerciali che verranno definite e che ci auguriamo saranno in grado di valorizzare il tema del lavoro di questa Provincia e di questo Paese".

Maurizio Regazzoni, Segretario Generale della Uiltucs Uil, conferma che: "L'accordo firmato oggi dà più attenzione alla promozione di un lavoro qualificato nelle località turistiche che può dare nel tempo il passaggio ad un'occupazione stabile. L'implemento della formazione prevista nell'accordo Formazione 4.0 sarà la parte propedeutica all'inserimento nel settore delle tematiche delle nuove tecnologie anche attraverso il monitoraggio della bilateralità".

[Accordo tempo determinato](#)

[Accordo formazione impresa 4.0](#)

Contributi per le imprese che valorizzano il patrimonio

storico

Regione Lombardia ha stanziato contributi per le imprese che valorizzano il proprio patrimonio storico: le domande possono essere fatte dal 30 maggio. Per assistenza e info: Per avere informazioni e assistenza nella presentazione delle domande contattare Matteo Milesi – Fogalco tel. 035.41.20.210 – mail matteo.milesi@fogalco.it

Alta Val Seriana Clusone, un distretto del commercio con molte potenzialità

Il Distretto del Commercio Alta Val Seriana–Clusone ha pubblicato lo scorso aprile un'indagine sulla domanda di servizi commerciali e turistici espressa dai suoi frequentatori.

L'indagine, realizzata da TradeLab con il supporto di rilevatori locali nell'estate del 2018, ha raccolto i punti di vista dei cittadini dei dieci Comuni locali (Clusone, Cerete, Fino del Monte, Gorno, Onore, Parre, Piario, Ponte Nossola, Rovetta e Songavazzo) e dei turisti che li frequentano. In particolare, si voleva capire come i residenti e i turisti vivono il Distretto, come lo giudicano in termini di vitalità e vivibilità, dove e come fanno i loro acquisti di prodotti sia alimentari che non alimentari e come valutano l'offerta di servizi commerciali e di altra natura.

Per realizzare l'indagine sono stati intervistati oltre 1.000 frequentatori, di cui circa due terzi residenti e un terzo turisti.

Dall'analisi è emerso che per i residenti il Distretto del Commercio Alta Val Seriana-Clusone rappresenta un insieme di luoghi con molteplici funzioni urbane e di interessi diffusi: i comuni si configurano principalmente come luoghi di acquisto, ma anche di incontro, di relazione e di divertimento. Complessivamente il Distretto è considerato molto vivibile, anche se poco vitale/attrattivo. Un aspetto critico evidenziato soprattutto dai giovani.

Per quanto riguarda i livelli di soddisfazione rispetto a ciò che il Distretto offre, in generale i voti assegnati dai residenti sono abbastanza alti, anche se non altissimi.

L'animazione in termini di attività culturali ed eventi è, insieme all'accessibilità, l'area che riceve il voto più basso, mentre il senso di sicurezza e la qualità dell'offerta commerciale riscuotono i giudizi più positivi. I negozi e i pubblici esercizi del Distretto piacciono in particolare per la cortesia degli operatori e per gli orari di apertura, oltre che per la qualità e varietà dell'offerta di bar, locali e ristoranti. L'offerta è apprezzata abbastanza nel campo alimentare e dei locali pubblici, mentre c'è da lavorare su quella non alimentare, in particolare nel comparto profumeria ed elettronica.

I residenti chiedono soprattutto più negozi e una più ampia offerta di svago e divertimento ed è il motivo per cui oggi frequentano anche centri commerciali esterni al Distretto (e in particolare Orio Center e Alle Valli).

I turisti intervistati dai rilevatori del Distretto sono soprattutto italiani e in particolare lombardi, in quasi due terzi dei casi alloggiano in case di proprietà. Sono quindi turisti che conoscono la Valseriana e sono abituati a frequentarla per motivi di svago.

Nel complesso, i visitatori della Val Seriana si dicono soddisfatti dell'offerta del Distretto e la giudicano migliore delle loro aspettative. Apprezzano in particolare l'ambiente naturale e l'offerta di cibo e ristoranti (un ambito su cui il Distretto, in collaborazione con Promoserio, ha lavorato e sta

lavorando da diversi anni per la promozione dei Sapori Seriani). I giudizi sono invece leggermente inferiori, anche qui, sul fronte della vitalità e intrattenimento e su quello dello shopping. Di contro piacciono molto il livello di servizio offerto dai negozianti e la qualità dell'offerta e del servizio dei locali.

Nel complesso l'offerta del Distretto riceve buoni voti dai suoi turisti: ben il 91,1% di loro consiglierebbe di visitarlo.

L'indagine delinea tante luci e alcune ombre di un territorio che rappresenta un insieme di luoghi con molteplici funzioni urbane e di interessi diffusi: dall'abitare al socializzare, dal consumare al divertirsi, dal lavorare al muoversi. Rappresenta un utile spunto per le politiche da intraprendere nei prossimi mesi.

Chi volesse approfondire il lavoro svolto può scaricare l'intera indagine dalla pagina facebook Distretto del commercio Alta val Seriana Clusone e dal sito istituzionale di Promoserio.



Negozi e edifici sfitti. Online le buone pratiche di Confcommercio

E' scaricabile dal sito di Confcommercio – www.confcommercio.it – il volume “Laboratorio nazionale per la Rigenerazione urbana 2018 – Un quaderno di buone pratiche” che raccoglie le idee e le proposte scaturite nel 2018 nel corso degli incontri coordinati dal Settore urbanistica e rigenerazione urbana di Confcommercio nazionale. Il volume presenta esperienze e progetti emersi classificati in cinque aree tematiche: tradizione e innovazione, attività commerciale al servizio della città, il turismo come driver di sviluppo, l'approccio strategico integrato e il recupero degli spazi dismessi.

[Manuale Buone Pratiche Confcommercio](#)

Export. Apre il Bando Internazionalizzazione

E' stato pubblicato il bando regionale “Linea Internazionalizzazione” che mette a disposizione 7 milioni di

euro a supporto dei programmi d'investimento per la promozione dell'export delle piccole e medie imprese lombarde. Per avere informazioni e assistenza nella presentazione delle domande: Matteo Milesi – Sportello del Credito Fogalco al numero 035.41.20.210 – mail matteo.milesi@fogalco.it

Corso per asili nido

Ascom Formazione propone un corso indirizzato agli educatori di asilo nido dal titolo “La relazione con la famiglie al nido: tra fatica e risorse”. Le lezioni saranno il 25 maggio dalle 8.30 alle 13 e dalle 13.30 alle 17; 5 giugno (16.30-20.30), 8 giugno (8.30-12.30) e 12 giugno (16.30-20.30). Per informazioni e iscrizioni: www.ascomformazione.it; info@ascomformazione.it

Conoscere per agire, così nasce l'Osservatorio del terziario Ascom

Conoscere, approfondire e agire. Potrebbe essere questo lo slogan di Ascom Confcommercio Bergamo per i prossimi anni. L'Associazione commercianti di via Borgo Palazzo, nel corso dell'Assemblea Annuale svoltasi lo scorso lunedì 20 maggio, ha presentato il nuovo Osservatorio del terziario. Si tratta di un lavoro di ricerca che semestralmente fornirà un aggiornamento sia sugli andamenti delle imprese del settore

sia un approfondimento su un argomento specifico di attualità.

“E’ importante e strategico per la nostra Associazione, in un momento di grande cambiamento come quello attuale, conoscere in modo più approfondito il nostro tessuto imprenditoriale sia a livello quantitativo che qualitativo. E’ fondamentale per noi conoscere i bisogni delle nostre imprese perché ciò significa avvicinarsi molto di più alle richieste e dare risposte pronte e soddisfacenti – spiega Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo-. Il nostro Osservatorio inoltre arricchirà lo studio che trimestralmente Camera di Commercio mette a disposizione delle imprese e delle Associazioni sugli andamenti quantitativi legati a produzione, esportazione e lavoro”.

L’Osservatorio di Ascom consentirà, così, di capire molto più velocemente come cambiano gli scenari e le necessità delle imprese del terziario. “Sono infatti le imprese stesse a misurarsi sui mercati e a dover anticipare scelte strategiche necessarie per sopravvivere o svilupparsi – afferma Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo-. La prima ricerca di approfondimento presentata è stata, per esempio, un focus su lavoro, competenze e formazione. Un tema che ci sta particolarmente a cuore, in quanto è proprio la competenza di imprenditori e lavoratori l’elemento chiave per la competizione economica nei prossimi anni”.

Tre gli strumenti che Ascom metterà a disposizione dei suoi associati: il ‘Diario economico’, il ‘Rapporto sul terziario’ bergamasco e un ‘focus’ specifico su un argomento di attualità.

Il ‘Diario economico’ del territorio analizzerà il tessuto imprenditoriale della nostra provincia raffrontando a livello nazionale il numero delle imprese, il dato degli occupati, il valore aggiunto, i saldi tra aperture e chiusure, il clima di fiducia dei diversi settori – manifattura, costruzioni, commercio e servizi – e dei consumatori. “Conoscere il clima di fiducia di imprese e consumatori è per esempio fondamentale

per definire sia i programmi di investimento che i piani di aumento dell'organico di ciascuna azienda" commenta Fusini.

La ricerca 'Terziario Bergamo' semestralmente entrerà nello specifico dei settori del commercio, turismo e servizi analizzando il clima di fiducia, l'andamento congiunturale e l'accesso al credito.

Il 'focus' avrà ogni semestre un argomento specifico. "Sono diversi gli argomenti che si vorrebbero analizzare nel dettaglio, tra questi i cambiamenti in atto, i nuovi stili di vita e i nuovi consumi, le esigenze delle imprese sia in termini di competenze che finanziarie, l'accesso alle nuove tecnologie, lo sviluppo dell'internazionalizzazione, l'innovazione, la sicurezza fino al grado di soddisfazione per l'operatore della pubblica amministrazione" spiega Fusini

Le ricerche sono commissionate a Format Research, istituto di ricerca Romano che collabora con Confcommercio nazionale e con le sue federazioni e associazioni.

Tutte le ricerche saranno pubblicate sul sito di ascom www.ascombg.it nella sezione news&comunicazioni.