

# Addio a Pierino Nocenti Il cordoglio di Ascom

**Si è spento a 75 anni il titolare del negozio storico di via Palma il Vecchio**

Una vita intera passata in negozio tra tende, tessuti e biancheria per la casa. Il suo negozio, quello in via Palma il Vecchio in città: la scomparsa di Claudio Nocenti, per tutti Pierino – che lunedì 18 gennaio se n'è andato dopo una breve malattia affrontata con grande forza all'età di 75 anni – lascia un grande vuoto nel mondo del commercio bergamasco. Una persona dotata di grande educazione, garbo e rispetto come riporta una dei tanti cordogli che da giorni costellano la pagina Facebook del negozio che Pierino, sposato con Mariella, ha voluto guidare fino all'ultimo e sempre con grande professionalità, cortesia e competenza.

Tutti valori da sempre nel dna di Nocenti che che l'anno scorso ha visto la sua bottega ottenere il riconoscimento regionale di "Negozio Storico". Un altro tassello in una storia imprenditoriale fatta di tanta passione per il proprio lavoro e che fin dal Dopoguerra ha fatto di Nocenti Pierino un punto di riferimento a Bergamo per la raffinatezza dei complementi d'arredo (tende da interni ed esterno, tessuti per il rivestimento di divani e letti, biancheria per la casa, materassi e doghe).

«Sono in tanti a ricordarci con affetto la bontà, la disponibilità e la competenza di mio papà – ricorda la figlia Simona che con il fratello Giulio, terza generazione alla guida del negozio e del laboratorio artigianale, i due cuori dell'attività fondata nel 1948 dal nonno Pietro Santo Nocenti, affiancato poi dal figlio Pierino nel 1959 -. La sua morte lascia a tutti un vuoto immenso, umano e professionale: nostro padre era un uomo d'altri tempi che ha cominciato nei mercati

a fianco di mio nonno ma sapeva anche guardare avanti e aggiornarsi su tutto. Siate giusti che non sbagliate diceva sempre. E con questo intendeva: mettetevi dalla parte del cliente e rispettate, riceverete da lui lo stesso. Così ho fatto durante tutti questi anni di lavoro, dacché confezionavamo abiti su misura a quando abbiamo iniziato a vestire le case dei bergamaschi come fossero le nostre».

---

## **L'Appello dei pubblici esercizi "Abbiamo una strategia per riaprire Voi restituiteci la dignità"**

Restituire la dignità al settore dei Pubblici esercizi, attraverso un piano ben definito che conduca a una riapertura in sicurezza dei locali. Una riapertura anche graduale, purché stabile e in grado di garantire l'effettiva possibilità di lavoro a 300mila imprese, che negli ultimi 12 mesi hanno registrato circa 38 miliardi di euro di perdita di fatturato. È questa la principale richiesta contenuta nel documento unitario presentato da Fipe-Confcommercio e Fiepet-Confesercenti al ministro per lo Sviluppo economico, Stefano Patuanelli, nel corso dell'incontro che si è tenuto ieri pomeriggio, per via telematica. Un faccia a faccia fortemente voluto e richiesto dalle associazioni maggiormente rappresentative del settore dei Pubblici esercizi e che ha visto la presenza anche del viceministro Alessia Morani e dei sindacati di categoria, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil.

“Nonostante gli investimenti già fatti dagli imprenditori del settore – spiegano Fipe e Fiepet – siamo disponibili a implementare i protocolli sanitari, coinvolgendo anche il Comitato tecnico scientifico, con l’obiettivo di riprendere l’attività serale di ristorazione nelle Regioni gialle e dare la possibilità ai locali di restare aperti almeno sino alle 18 nelle zone arancioni”.

## **Nel 2020 il mondo della ristorazione è rimasto chiuso in media 160 giorni**

“Nel 2020 il mondo della ristorazione è rimasto chiuso in media 160 giorni, mentre le imprese di catering e i locali di intrattenimento hanno di fatto perduto l’intero anno. Ecco perché – proseguono le associazioni di categoria – è essenziale rafforzare le misure economiche a sostegno del settore, a cominciare dal decreto ristori Quinques, rivedendo i meccanismi di calcolo dei contributi a fondo perduto su base annua. Non solo. È indispensabile esentare i Pubblici esercizi dal pagamento dell’Imu 2021, prolungare gli ammortizzatori sociali fino al termine del periodo di crisi, intervenire sulle locazioni commerciali, prorogando di altri 4 mesi il credito d’imposta e incentivando i locatori a ridurre i canoni ed estendere a 15 anni il periodo di ammortamento anche dei prestiti fino a 800mila euro garantiti dal Fondo Centrale di garanzia. Provvedimenti straordinari per far fronte a un’emergenza straordinaria, che rischia di far scomparire un settore che dà lavoro a 1,2 milioni di persone e rappresenta una componente essenziale della filiera agroalimentare e dell’offerta turistica del nostro Paese”.

“Serve ingranare una marcia diversa – concludono Fipe e Fiepet -, che inverta la stessa impostazione di principio riservata in questi mesi al settore dei Pubblici Esercizi, vittime di un rating reputazionale massacrato dalle insinuazioni sulla sicurezza e dalla classificazione di attività “non essenziali. Le nostre imprese non sono interruttori, ma da sempre tengono accesa la luce in tutto il Paese: oggi meritano questo

rispetto”.

## **Apertura da parte del Ministro Patuanelli**

Apertura e disponibilità da parte del Ministro Patuanelli che ha ritenuto condivisibili le considerazioni e le richieste fatte dalle associazioni. Il Ministro ha inoltre dichiarato di aver già richiesto un tavolo di confronto con il Ministro della Sanità e con il CTS per discutere sulle modalità di ripartenza del settore intervenendo sui Protocolli Sanitari, ha condiviso l'ipotesi di un commissario straordinario che gestisca lo stato di crisi del comparto, e ha confermato lo stanziamento di ulteriori ristori perequativi e progressivi, rapportati alle perdite di fatturato dell'intero anno 2020, mentre per l'esercizio 2021 si procederà inizialmente riprendendo le vecchie modalità utilizzate per gli indennizzi a fondo perduto.

---

# **I Pinguini Tattici Nucleari firmano 30 frasi d'amore per i Baci Perugina**

**Tra romanticismo e tanta ironia, la band bergamasca ha scritto insieme a Elodie i nuovi cartigli in vista della limited edition pensata per San Valentino**

La simpatia fuori dalle righe dei Pinguini Tattici Nucleari, ironici, leggeri e mai banali, si mescola al romanticismo e alla sensualità sofisticata di Elodie. Gli artisti hanno

scritto insieme 30 frasi d'amore sui cartigli dei Baci Perugina per la limited edition pensata per San Valentino. Il racconto della loro creazione è affidato a una divertente serie web che vede gli artisti nella veste di attori . Il [teaser è stato pubblicato sui social di Baci Perugina](#). Le altre puntate saranno on line il 25 gennaio, il primo e l'8 febbraio. I fan potranno cimentarsi pure loro, postando contenuti video fantasiosi, tramite le stories di Instagram taggando il profilo di Baci Perugina con l'hashtag #dichiarazioneperfetta. Alcuni filmati saranno raccolti in una clip che sarà pubblicata a San Valentino.

“Sono orgoglioso di questa collaborazione, avevamo solo incrociato Elodie a Sanremo, abbiamo scoperto un'amica che esprime la simpatia romana, ci siamo molto divertiti sul set, chissà che in futuro non possa nascere una collaborazione artistica” sorride entusiasta Riccardo Zanotti, frontman della band bergamasca, mentre scarta un Bacio, leggendo la loro frase d'autore “Quando sono con te diventa romantico anche un tramonto in circonvallazione”.

### **L'ironia come ingrediente fondamentale**

Altro esempio di dichiarazioni, contenute nei cartigli e che strappano un sorriso, sono: “Il tuo profumo mi ricorda mondi lontani anche quando siamo sul divano”. Poi ci sono le frasi più sentimentali: “Avevo tante cose prima di te, ora me ne basta una”, “L'amore che provo per te è un'emozione incontrollabile, come quando arriva la canzone giusta”.

“L'ironia è l'ingrediente fondamentale, fa durare negli anni un rapporto, ma sono stato lasciato pure io e spesso dietro le battute c'è un velo di malinconia”, ammette il cantante di Albino che suggerisce come canzone ideale per conquistare la partner la sua “Irene”, “perfetta se con quella ragazza vuoi trascorrerci la vita, non va mai persa la speranza di un futuro condiviso”, dice.

Un noto detto afferma che la via per l'amore passi per lo stomaco. "A tavola mi conquista la parmigiana – riferisce Elodie, che è fidanzata con il rapper Marracash -. Ma non mi piace e non sono brava a cucinare, anche se mi impegno". Al contrario, Zanotti si diletta ai fornelli. "Ho una ragazza, mi piace stupirla con la pasta al salmone, facile e veloce da preparare – dice -. Poi sono goloso di dolci, panna cotta, tiramisù, creme. Mi si conquista in modo semplice".

---

## **Ristorazione in profondo rosso Frosio: "Ci sentiamo vittime sacrificali"**

La presidenza del Gruppo Ristoratori di Ascom fa il punto sulla crisi in atto tra restrizioni e prospettive incerte: delivery, asporto e ristori del Governo salvagenti di una categoria messa in ginocchio



Nel 2020 il mondo della ristorazione è rimasto chiuso in media 160 giorni, mentre le imprese di catering e i locali di intrattenimento hanno di fatto perduto l'intero anno. Secondo la Federazione italiana dei pubblici esercizi nei primi nove mesi del 2020 la ristorazione ha perso 23,4 miliardi di euro. E solo nell'ultimo trimestre dell'anno la contrazione del fatturato è stata del 16,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un profondo rosso ben visibile nelle strade delle città con saracinesche abbassate, ingressi sbarrati, tavolini impilati e sedie accatastate.

A fare il punto sul mondo della ristorazione tra crisi, restrizioni e prospettive incerte, e delivery, consegne a domicilio e ristori del Governo come unici salvagenti di una categoria messa in ginocchio è **Petronilla Frosio, presidente del Gruppo Ristoratori di Ascom Confcommercio Bergamo**, e chef del ristorante Posta di Sant'Omobono Terme.

**Tra riaperture a singhiozzo proposte dai diversi decreti come giudica le decisioni del Governo prese finora?**

“Il mio giudizio non è del tutto negativo perché Conte non ha fatto peggio di altri Paesi. Quello che è accaduto è stato di una gravità immane che non aveva precedenti nella nostra storia recente. La comunicazione è stata il punto carente tanto da generare confusione nei cittadini ma soprattutto nel nostro settore che dalle chiusure è stato maggiormente penalizzato: conferenze stampa notturne, comunicati dei vari organi (comitato tecnico scientifico, presidenti di regioni, virologi, infettivologi) che si sovrapponevano e a volte erano contraddittori, bozze di Dpcm anticipate dai media, decisioni stop and go sui congiunti, decreti scritti in politichese difficili da interpretare tanto da richiedere migliaia di Faq, illusioni date ma difficili da mantenere data l'imprevedibilità e la non conoscenza del virus”.

**Ristoranti sempre chiusi nonostante gli investimenti fatti nei mesi scorsi, mentre molte altre attività aperte: è il caso di dire due pesi due misure?**

“Durante il primo lockdown, vista la drammatica situazione, soprattutto nella nostra provincia ce ne siamo fatti una ragione. Le successive chiusure avrebbero dovuto essere meglio spiegate. Ad esempio, ci chiediamo perché è consentito andare nei supermercati superaffollati e non nei ristoranti dove la situazione è più sotto controllo anche grazie alla messa in atto di tutti i protocolli che ci erano stati richiesti, oppure perché in zona gialla si può aprire a pranzo e non a cena. La possibilità di contagio dovrebbe essere la stessa. L'unica spiegazione che mi sono data è che i ristoranti sono l'unico luogo in cui le persone sono senza mascherine. Per questi motivi e per il prolungarsi delle chiusure oggi ci sentiamo 'vittime sacrificali'”.

**Quali sono i costi di un ristorante e del suo indotto? È possibile fare una stima?**

“Lo stop and go e le chiusure prolungate hanno generato notevoli perdite nella gestione delle materie prime ma soprattutto in tutta la filiera che lavora con i



ristoranti. Inoltre, ogni ristorante è una realtà a sé perché ognuno è diverso dall'altro. Non stiamo parlando di catene standardizzate perché gestire una pizzeria è diverso che gestire una mensa o un ristorante gourmet. Di certo, in questo periodo molti sono stati i costi sostenuti in assenza totale o riduzione sostanziale di entrate. Viviamo nella società degli abbonamenti: contratti annuali di manutenzione, revisione annuale del registratore di cassa che ora dobbiamo aggiornare o cambiare per l'invenzione della lotteria degli scontrini, revisione della caldaia, abbonamento Rai e Siae (piccolo sconto iniziale poi più nulla), per non parlare di energia, gas, telefono, Tari, corsi di aggiornamento obbligatori per titolari e di dipendenti, quota associativa ad associazioni di categoria. La voce più importante rimane comunque l'affitto dei locali, e per molti colleghi l'affitto del ramo d'azienda. A riguardo il governo è intervenuto con specifici aiuti che non hanno soddisfatto appieno visto il malumore che si è venuto a creare".



**I ristori erogati nel 2020 e quelli già approvati per il 2021 sono sufficienti?**

“I ristori sono arrivati abbastanza puntuali anche se inizialmente alcuni codici Ateco legati alla ristorazione sono stati ignorati. Se sono congrui è difficile dirlo perché ogni realtà ha caratteristiche diverse dall'altra. Del resto, quando si prendono decisioni in fretta che riguardano una vasta platea di situazioni raggiungere l'equità è difficile. Per il 2021 pare che i ristori saranno calcolati sulla perdita di fatturato del secondo semestre 2020 tenuto conto di quelli già erogati ma non si conosce ancora la percentuale applicata. Banale affermare che più sostanziosi saranno meglio sarà per tutti”.

### **Che aria tira in questi giorni?**

“Il sentimento dei ristoratori è nella voglia che tutto ciò finisca il più presto possibile perché siamo al culmine della sopportazione. Oltre all'importantissimo fattore economico, questa situazione comincia a pesare anche psicologicamente e non solo su di noi ma anche sui nostri dipendenti. Mi riferisco alle incertezze per il loro futuro e all'exasperante e non sostenibile lentezza della cassa integrazione al punto che alcuni ristoratori hanno dovuto anticipare la cassa o addirittura parte del Tfr per aiutarli”.

### **Da mesi il delivery pare essere l'unica valvola di sfogo: come si sono organizzati i ristoratori bergamaschi e ritiene possa aprire nuovi scenari per la ristorazione?**

“Molti ristoranti, visto il prolungarsi della prima chiusura, si sono organizzati per asporto e delivery. Quando torneremo alla normalità alcuni continueranno a proporre il servizio perché se ben organizzato può essere un'ulteriore opportunità. Certo, l'asporto è tutt'altra cosa rispetto all'esperienza del ristorante: buon cibo cucinato al momento, accoglienza e socialità mancano tanto a tutti noi quanto ai nostri ospiti per non dire che i margini sono diversi”.

### **Nei giorni scorsi c'è stata la protesta di “Io apro”: come giudica un'iniziativa di questo tipo?**

“È stata un'iniziativa dalla quale, in linea con la nostra

associazione, mi sono dissociata pur condividendo i validi motivi che l'hanno ispirata. La scarsa adesione alla protesta si commenta da sola. Abbiamo dimostrato senso civico senza rinunciare a far conoscere il nostro disagio e le nostre ragioni. E, di fatto, le associazioni che ci rappresentano sul territorio il giorno precedente alla protesta hanno organizzato un incontro con i politici bergamaschi per presentare una serie di proposte concrete per superare questo momento ma soprattutto per aiutarci a ripartire".

**A proposito quale è la strada da seguire per risollevare le sorti di una delle categorie più colpite dai decreti?**

Staremo a vedere Il mondo della ristorazione e tutta la filiera hanno bisogno di programmazione, certezze e investimenti continui. Le aziende del settore non possono strutturalmente accendersi a singhiozzo e, se non possono lavorare, hanno bisogno di essere aiutate a stare in vita. Nel manifesto promosso da Ascom Confcommercio Bergamo e Confesercenti Bergamo vengono messe in evidenza tutte le richieste del settore da sottoporre al Governo, compatibilmente con la crisi in atto. Tra i punti chiave spicca la richiesta di ammettere ai ristoratori, come già accaduto a novembre, anche le imprese con fatturato superiore ai 5 milioni, paradossalmente trascurate dal primo decreto bilancio. Chiediamo anche di mantenere i crediti d'imposta per gli affitti, per le spese di adeguamento di sanificazione dei locali e di trasformazione digitale dell'impresa che consentono, tra l'altro, di investire nel delivery, e di allungare il periodo della cassa integrazione o consentire i licenziamenti prevedendo indennizzi di disoccupazione".

---

# Servizio mense, per ora la Prefettura di Bergamo dice no

Per un settore allo stremo come quello della ristorazione, il parere positivo della Prefettura di Rovigo in merito alla possibilità per i pubblici esercizi di erogare il servizio di “mensa contrattualizzata” può rappresentare un’opportunità per attenuare gli effetti devastanti delle chiusure imposte. Non è così a Bergamo dove si sta aspettando il via libera da parte della Prefettura dopo il primo parere negativo espresso nei mesi scorsi.

“La nostra Associazione sta ricevendo molte richieste sulla possibilità di esercitare il servizio di mensa aziendale da parte di bar e ristoranti – commenta **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. C’è grande confusione nell’interpretazione sia da parte dei Comuni e che dalle stesse Forze dell’ordine. Il servizio sarebbe utile per i tanti lavoratori oggi obbligati ad ammassarsi o costretti a mangiare al freddo e per le nostre imprese che potrebbero lavorare in un momento di grave difficoltà. La nostra preoccupazione principale è però quella di evitare multe e problematiche per i nostri soci, che oltre al grave danno economico della chiusura potrebbero essere oggetto di verifiche e sanzioni”.

## A novembre la prima richiesta

Il 20 novembre Ascom aveva già richiesto un parere alla Prefettura di Bergamo che, dipendendo dal Ministero dell’Interno, interpreta le norme dei provvedimenti del Governo. Il parere dato dalla Prefettura era negativo, così come la linea seguita dai Comuni e dall’ATS in caso di controllo. *“In riferimento al quesito qui pervenuto concernente l’oggetto, si rappresenta che, ai sensi dell’art. 3, comma 4, lett. c), del DPCM 3 novembre 2020, l’attività*

*degli esercizi di ristorazione è sospesa – si legge nel parere –. Dal tenore testuale della norma sembra, pertanto, che essi non possano in ogni caso restare aperti, nemmeno ove prestino il servizio esclusivamente a favore dei dipendenti di aziende convenzionate. Peraltro, alla luce del rapporto contrattuale di convenzione con datori di lavoro terzi, i predetti esercizi potranno svolgere il servizio pattuito mediante asporto ovvero consegna dei pasti nei luoghi dove si ritenga più opportuno”.*

L' 11 gennaio è stato richiesto nuovamente un parere che non ha ottenuto ancora risposta. “Terremo aggiornati i nostri associati – conclude Fusini – nella speranza che l'interpretazione possa presto cambiare, come per esempio in Veneto, a Rovigo per l'esattezza, dove viene richiesto in caso di controllo la copia dei contratti sottoscritti dai datori di lavoro”.

---

## **Congiuntura economica Confcommercio Il 2021 inizia più in salita del previsto**

*“Il 2021 inizia più in salita del previsto: ancora emergenza Covid, dati sui consumi in calo e Pil in forte riduzione. Difficile immaginare il rimbalzo previsto dal Governo nei prossimi mesi. Una situazione gravissima che rischia di peggiorare con la crisi politica in atto. Le imprese, che sono allo stremo, hanno bisogno di tre certezze: indennizzi immediati e commisurati alle perdite subite, regole chiare sulla riapertura delle loro attività, un progetto condiviso sull'utilizzo efficace del Recovery Plan”.* Non usa giri di parole Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, nel

commentare i dati dell'ultima congiuntura economica elaborata da Confcommercio. **Per l'Ufficio Studi confederale**, infatti, il peggioramento della situazione sanitaria e il prolungamento delle misure di contrasto alla pandemia non aprono scenari rassicuranti per il 2021, deludendo così le aspettative di un concreto recupero di ampia parte delle perdite di prodotto e di consumi patite nel 2020.

Per quanto riguarda nello specifico i consumi, a dicembre l'ICC è **sceso su base annua dell'11,1%** [rispetto al -16,2% di novembre](#), sintesi di un leggero calo dei beni (-0,6%), mentre per molti servizi di mercato, anche per dell'inasprimento delle misure nel periodo delle festività natalizie, la caduta ha ampiamente superato il 50%. L'anno si chiude così con un ICC in discesa del 14,7%, dato differente rispetto a quello che riflette il calo complessivo dei consumi, stimato dall'Ufficio Studi al 10,8%.

Quanto al **Pil di gennaio** la stima è di un **-0,8% su dicembre**, quinto calo consecutivo, e di un -10,7% sullo stesso mese del 2020. Nel quarto trimestre il Pil dovrebbe ridursi del 3% rispetto al terzo quarto del 2020 e del 7,5% tendenziale per una chiusura annua a -9%.

Il calo dell'11,1% è la sintesi di **riduzioni del 41,3% per i servizi, i più colpiti dalle misure restrittive, e dello 0,6% per i beni**. Nel complesso del 2020 l'indicatore segnala un calo del 14,7%, con una riduzione del 30,3% per i servizi e del 7,9% per i beni. Fanno eccezione a questo andamento solo le spese per l'alimentazione domestica (+2,1%) e per le comunicazioni (+8,7%).

Come già avvenuto nei mesi precedenti sono i servizi legati alla mobilità e alla fruizione del tempo libero quelli che sono andati peggio, mentre i beni hanno beneficiato del tentativo delle famiglie di conservare un'apparenza di normalità durante le festività di fine anno. Di questa reazione hanno però poco beneficiato, nel confronto annuo, sia

**l'abbigliamento e le calzature (-12,1%) sia i carburanti (-20,7%).** Per molti settori nel 2020 c'è stato un vero e proprio tracollo della domanda, con riduzioni ampiamente superiori al 50%, particolarmente nei comparti del turismo in senso lato, dei servizi ricreativi, dell'abbigliamento, delle calzature, dei mobili e dell'arredamento.

Per gennaio l'Ufficio Studi prevede un **aumento dello 0,3% in termini congiunturali**, in larga parte determinato dalla ripresa dei prezzi degli energetici regolamentati e non, e una variazione nulla su base annua.

---

## **Partite Iva, Mongelli: "Positiva l'apertura al dialogo da parte della politica"**

Il mondo delle partite Iva non ordinistiche è in forte espansione numerica in Bergamasca ma è anche uno dei settori più colpiti e quanto mai bisognoso di un vero e proprio piano di sostegno e ripartenza. Ascom Confcommercio Professioni Bergamo ha incontrato sabato 16 gennaio una delegazione del PD Provinciale, guidato dal segretario Davide Casati, per confrontarsi sui temi di ripartenza economica provinciale.

*"Il momento penso sia il più difficile degli ultimi anni e il gruppo variegato dei liberi professionisti è in forte crisi – commenta il **presidente di Confcommercio Professioni Bergamo Matteo Mongelli** -. Mi riferisco ai professionisti dello sport*



*e benessere con il presidente Dario Tropea, ai professionisti del turismo con Giusy Lodetti, al settore organizzatori di eventi con la presidente Paola Rovelli e ai consulenti informatici e sicurezza con Michele Volpi e Umberto Comi. Una vasta platea di partite Iva che chiede a gran voce di poter ricominciare a lavorare puntando su competenze e supporto istituzionale. In quest'ottica da diverse settimane stiamo incontrando senza sosta rappresentanti politici per portare il grido di allarme che ogni giorno raccogliamo dal territorio. Serve, anche e soprattutto a livello provinciale, un supporto basato su formazione, certificazione delle competenze e strategia per mettere in comunicazione la domanda con l'offerta. Positiva l'apertura al dialogo che stiamo ricevendo dalla politica. Speriamo altrettanto positiva la concretezza delle risposte".*

*"È stato un confronto prezioso per ascoltare le esigenze, i bisogni e le paure delle categorie economiche più fragili a causa di questa grave pandemia – **afferma Davide Casati, segretario provinciale Pd** -. Il Pd bergamasco insieme ai suoi rappresentanti istituzionali cercherà di fare il possibile per accogliere le tante istanze presentate. A Bergamo in particolare, si lavorerà per rafforzare il rapporto lavoro-formazione per far sì che nessuno resti indietro".*

## **Confcommercio Professioni**

Confcommercio Professioni è il Gruppo di rappresentanza a livello provinciale dei titolari di partite Iva e autonomi che non appartengono a Ordini professionali. Il Gruppo, composto da sette consiglieri, è guidato da **Matteo Mongelli**, 26 anni, di Bergamo, consulente marketing con base a Ranica. Lo affianca come vicepresidente Umberto Comi, consulente informatico. *"L'obiettivo della nuova rappresentanza in Ascom, che nasce da un gruppo di titolari di partita Iva che ha condiviso esigenze e problematiche, è quello di qualificare a*

*livello professionale tutti i lavoratori autonomi e i free-lance che, non facendo capo a ordini e collegi, necessitano di tutele e visibilità- spiega Mongelli-. Tra gli obiettivi dei prossimi mesi, oltre all'allargamento della base associativa, la creazione di eventi e momenti di confronto e crescita, che possano coinvolgere anche i giovani, invitandoli a partecipare alla vita dell'associazione".*

---

## **Lombardia di nuovo rossa: un dramma per la moda nel bel mezzo dei saldi**

Nel primo giorno di una Milano Fashion Week in edizione virtuale, le notizie di un ritorno in fascia rossa per la Lombardia scuotono la capitale della moda. Notizie che si sono poi confermate con l'Ordinanza del Ministro della Salute del 16 gennaio che ha collocato la Lombardia in "zona rossa" per 15 giorni. Tradotto: tutto chiuso tranne i rivenditori di generi alimentari, farmacie, parafarmacie, tabaccai, edicole, parrucchieri, barbieri, lavanderie, ferramenta, ottici, fiorai, librerie, cartolerie, informatica, negozi di abbigliamento per bambini e di giocattoli, profumerie, pompe funebri e distributori automatici.

Tra le tante categorie messe in ginocchio dalle restrizioni per il Covid anche il comparto moda e abbigliamento non è da meno. A opporsi all'Ordinanza che colora di rosso la Lombardia è **Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio**: "Una scelta che rischia di affondare l'intera filiera, in un momento cruciale per il settore. I saldi sono

partiti con il freno tirato per le forti apprensioni degli operatori alle prese con uno slalom di paletti e aperture a geometria variabile e la dilagante confusione generata dai decreti anche nei consumatori. Il 91% delle imprese intervistate evidenzia un preoccupante decremento delle vendite, con sei imprese su dieci che dichiarano un calo tra il 50 e il 90%. Dopo aver perso quella marginalità di sussistenza nel pieno della stagione per cause dovute certamente al minor reddito disponibile dei consumatori; all'eccessivo utilizzo dello smart working nel pubblico e nel privato; alla totale assenza dello shopping tourism; al venir meno delle occasioni d'incontro di lavoro e nel privato (pranzi, cene, feste, cerimonie, cinema, teatri, musei, "Prima della Scala", piscine, palestre, ecc...), perdiamo ora anche la liquidità dei saldi che permette ai negozi di effettuare gli ordini alla produzione per le collezioni autunno/inverno 2021/2022, con ovvie ripercussioni sulla manifattura e sul made in Italy".

"Per evitare l'apocalisse del retail della moda – conclude Borghi – servono misure shock per sostenere in modo concreto la continuità dei negozi attraverso un contributo sull'effettiva perdita di fatturato e per la rottamazione dei magazzini con un credito di imposta pari al 60% del valore di acquisto delle merci invendute".

## **L'indagine sull'andamento delle vendite**

Premessa l'assoluta incomparabilità tra l'andamento delle vendite nei primi dieci giorni del 2021 con lo stesso periodo del 2020 a causa della complessità e dell'eterogeneità delle variabili generate dall'emergenza da Covid-19, il monitoraggio di **Federazione Moda Italia-Confcommercio** evidenzia un **decremento delle vendite per il 91%** delle imprese che hanno risposto in maniera importante ai questionari diffusi dalle Associazioni del settore moda delle Confcommercio provinciali.

Il **56,7%** delle imprese ha dichiarato un **calo tra il 50 e il 90%**. L'**80,8%** delle imprese ha proposto **sconti tra il 20 e il**

**40%** (la maggior parte, pari al 52% delle aziende ha scelto una percentuale di sconto del 30%). Un'impresa su dieci sta praticando sconti medi del 50%.

Il **95% delle transazioni** è avvenuto **cashless** con la preferenza di Pagobancomat e Carte di debito (63,4%) seguita dalle Carte di credito (32,3%). Residuale il pagamento in contanti (4,3%).

Tra i prodotti **più venduti**: **maglieria** (46,8%); **pantaloni** (24,7%); **scarpe donna** (21,5%); **giubbotti, cappotti e piumini** (21,2%); **abiti donna** (18,6%); accessori (14,5%). **In sofferenza** le vendite di **abiti da uomo** e di **valige**.



**Lombardia zona rossa dal 17  
gennaio: il vademecum**

**NEGOZI APERTI**

## **Supermercati e alimentari**

Rimangono aperti ipermercati, supermercati, discount di alimentari, minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimenti vari, compresi i negozi che vendono surgelati.

## **Profumerie e articoli igienico-sanitari**

Rimangono aperte le profumerie, le erboristerie e i negozi di cosmetica. Ma anche gli esercizi che vendono articoli igienico-sanitari.

## **Negozi di giocattoli e per bambini**

Sono aperti i negozi di giocattoli, così come quelli di vestiti e calzature per bambini e neonati.

## **Articoli sportivi**

Sono aperti i negozi di articoli sportivi, biciclette e articoli per il tempo libero.

## **Biancheria personale**

Rimangono aperti anche gli esercizi commerciali che vendono biancheria personale

## **Computer, elettronica ed elettrodomestici**

Tra le attività aperte ci sono i negozi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici.

## **Ferramenta**

Rimangono aperti i negozi di ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione (incluse ceramiche e piastrelle).

## **Agricoltura, giardinaggio e fioristi**

Tra le attività che non chiudono, ci sono gli esercizi commerciali che si occupano di vendita di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura e per il giardinaggio. Ma anche i fioristi e i negozi che vendono piante, bulbi, semi e fertilizzanti

## **Farmacie articoli medicali**

Restano aperte le farmacie e altri esercizi specializzati di medicinali non soggetti a prescrizione medica. Sono aperti anche i negozi di articoli medicali e ortopedici.

## **Tabaccai**

Sono aperti anche i tabaccai e gli esercizi specializzati nella vendita di sigarette elettroniche e liquidi da inalazione.

## **Librerie ed edicole**

Restano aperte le librerie e le edicole.

## **Ottici e negozi di fotografia**

Tra le attività che restano aperte ci sono gli ottici e i negozi di fotografia.

## **Cartolerie**

Sono aperte anche le cartolerie e i negozi che vendono articoli da ufficio.

## **Negozi per animali**

Restano aperti i negozi che vendono animali domestici e alimenti per animali domestici.

## **Parrucchieri e barbieri**

Sono aperti i parrucchieri e i barbieri, mentre rimangono chiusi i centri estetici.

## **Lavanderie**

Restano aperte le lavanderie

## **Distributori di benzina**

Restano aperti i distributori di benzina

## **NEGOZI CHIUSI**

## **Negozi di calzature, abbigliamento e gioielli**

Serrande abbassate, invece, per i negozi di calzature, abbigliamento e gioielli.



## **Bar e ristoranti**

Tutto il reparto ristorazione, dai bar ai ristoranti, deve rimanere chiuso, ma può continuare ad effettuare servizio d'asporto fino alle 18 (i bar) e fino alle 22 (ristoranti e pizzerie). È sempre consentita, invece, la consegna a domicilio

---

## **Ascom e Confesercenti lanciano il manifesto condiviso per sostenere la ristorazione**

Ascom Confcommercio Bergamo e Confesercenti Bergamo presentano il “Manifesto delle richieste dei ristoranti e dei pubblici esercizi bergamaschi” , documento nel quale vengono messe in evidenza tutte le richieste del settore da sottoporre al Governo, compatibilmente con la crisi in atto. Il Manifesto, presentato in una conferenza stampa online a cui hanno partecipato anche alcuni parlamentari bergamaschi, è stato lanciato in concomitanza con la manifestazione “Io Apro”, dalla quale le due Associazioni prendono le distanze, e vuole essere il contributo per la ripresa delle attività, anche in un periodo di pandemia.

## **Manifesto delle richieste dei ristoranti**

## **e dei pubblici esercizi bergamaschi**

**Cosa chiedono i pubblici esercizi alla politica:**

**A BREVISSIMO: Io non apro e lo Stato mi sostiene**

**A BREVE: io posso riaprire nel rispetto delle regole come in tutti gli altri settori**

Come premessa doverosa noi crediamo che il Governo debba capire, in primo luogo, che il settore della ristorazione fa parte della **cultura** di questo Paese: la ristorazione è fondamentale per la capacità di accoglienza nelle nostre città, per la vivacità delle nostre vie, per l'importanza economica che ha nella filiera agroalimentare, essendone il principale sbocco.

Le nostre Associazioni conoscono bene la rabbia e lo scoramento degli imprenditori che quotidianamente ci chiamano per sfogarsi e avere in cambio spesso solo qualche parola di conforto; il nostro impegno è cercare di tenere canalizzata questa rabbia e indirizzarla verso un obiettivo positivo e comune.

Il mondo della ristorazione e tutta la filiera hanno **bisogno di programmazione, certezze e investimenti continui**. Le aziende del settore non possono strutturalmente **accendersi a singhiozzo** e, se non possono lavorare, hanno bisogno di essere aiutate a stare in vita.

Noi riteniamo che questo non sia il momento della disobbedienza e del tutti contro tutti, né quello della facile strumentalizzazione politica. Inoltre, le nostre Associazioni si dissociano per statuto da ogni forma di protesta che preveda come modus operandi l'infrangere le leggi. Quindi vogliamo tenacemente rimanere fedeli a noi stessi e continuare a credere nel duro lavoro del dialogo costante, e speriamo produttivo, con le Istituzioni.

Vogliamo svolgere il nostro ruolo di rappresentanza fino in fondo e coinvolgere tutti gli imprenditori responsabili in un percorso democratico di ricerca delle migliori soluzioni a

favore di tutti.

Per scendere quindi nel concreto crediamo che i provvedimenti suggeriti di seguito possano davvero segnare **una svolta per la categoria e segnare un piccolo grande passo nella giusta direzione** in attesa che le condizioni esogene possano migliorare:

- 1) stanziare, nell'immediato, un **ristoro significativo** perché i piccoli imprenditori e i loro familiari fanno parte del gruppo, ormai grande, dei nuovi poveri; i fondi servono per salvaguardare posti di lavoro altrimenti persi definitivamente;
- 2) **spostare a fine anno la scadenza della moratoria sui mutui precedenti alla pandemia**. La scadenza attuale è il 30 Giugno 2021 ma, considerato che la situazione non è migliorata, riteniamo sensato sospendere i mutui fino a fine anno;
- 3) **raddoppiare il periodo dei mutui concessi con la garanzia dello Stato**, in modo da dimezzare la rata e dare più respiro finanziario alle imprese, colte da questa tragedia pandemica nel loro miglior momento di investimento;
- 4) ammettere ai ristori (come già accaduto a Novembre) **anche le imprese con fatturato superiore ai 5 milioni**, paradossalmente trascurate dal primo decreto bilancio;
- 5) entro breve riapertura delle **imprese con regole certe e programmazione a lungo termine**. Troppo semplice e insostenibile la chiusura delle attività. Servono regole che superino il concetto di coprifuoco, che è sbagliato, anche perché, nel rispetto delle regole, il virus non si trasmette di notte anziché di giorno. È necessario individuare una modalità di servizio che risolva il problema di discriminazione del settore, rispetto a quello degli altri settori produttivi. Serve ripristinare condizioni che aiutino ad un recupero fisico e psicologico dei cittadini e degli imprenditori,

rispetto a quanto stanno subendo da mesi. È necessario il superamento della politica di on/off che da un anno non ha risolto il problema della pandemia e ha impoverito il Paese; non è pensabile che questo metodo possa continuare a lungo;

- 6) **sgravi sul costo del lavoro** per chi, quando si riprenderà la normalità, avrà mantenuto il 60% della forza lavoro rispetto al dicembre 2019;
- 7) mantenere i **crediti d'imposta per gli affitti**, per le spese di adeguamento di sanificazione dei locali e di trasformazione digitale dell'impresa che consentono, tra l'altro, di investire nel delivery;
- 8) allungare il periodo della **cassa integrazione** o consentire i licenziamenti prevedendo indennizzi di disoccupazione.

Il primo e il quarto punto sono le risorse necessarie per la sopravvivenza delle imprese, soprattutto delle più significative del settore che trascinano con sé gran parte del settore agroalimentare. Il secondo e il terzo invece non comportano spese finanziarie da parte dello Stato, ma aiuterebbero le imprese che hanno investito, dando occupazione e che hanno pagato le tasse. I restanti punti sono per la tenuta del settore di un settore allo stremo fino alla sua ripartenza.

Come potete constatare dalla sostanza di questo sintetico documento, in perfetto "stile orobico", non stiamo solo chiedendo contributi e ristori a fondo perduto, ma anzi cerchiamo di costruire un futuro sostenibile per una categoria che in questi anni, grazie anche ai numeri del turismo, è cresciuta in professionalità, ha investito moltissimo e di questa crescita, siamo sicuri, ne ha beneficiato tutto il Paese.

I locali pubblici non sono solo luoghi dove si mangia ma esperienze comunitarie e culturali. Sono la vita di un Paese, il nostro in particolare.

Roberto Amaddeo – Presidente Fiepet Confesercenti Bergamo  
Giorgio Beltrami – Presidente Pubblici Esercizi Ascom  
Confcommercio Bergamo  
Petronilla Frosio – Presidente Ristoratori Ascom Confcommercio  
Bergamo



## **MANIFESTO DELLE RICHIESTE DEI RISTORANTI E DEI PUBBLICI ESERCIZI BERGAMASCHI**

- 1. Stanziamento immediato di un significativo ristoro per i piccoli imprenditori.**
- 2. Spostare a fine anno la scadenza della moratoria sui mutui.**
- 3. Raddoppiare il periodo dei mutui concessi con la garanzia dello Stato.**
- 4. Ammettere ai ristori (come già accaduto a Novembre) anche le imprese con fatturato superiore ai 5 milioni di €.**
- 5. Riapertura delle imprese con regole certe e programmazione a lungo termine.**
- 6. Sgravi sul costo del lavoro.**
- 7. Mantenere i crediti d'imposta per gli affitti.**
- 8. Allungare il periodo della cassa integrazione o consentire i licenziamenti prevedendo indennizzi di disoccupazione.**

# **I nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori in tempi di Covid**

Un bergamasco su due nel 2020 ha acquistato anche online: è questo uno dei tanti dati che emergono della ricerca “I nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori bergamaschi e i nuovi fabbisogni formativi delle imprese” realizzata da Format Research per conto dell’Ente Bilaterale Territoriale del Terziario di Bergamo e dell’Ente Bilaterale Alberghiero e dei Pubblici Esercizi di Bergamo. L’obiettivo dell’indagine è quello di rilevare il cambiamento degli stili di acquisto e di consumo dei consumatori residenti nella provincia di Bergamo, anche in funzione delle profonde modificazioni in atto nello scenario economico dominato dall’emergenza sanitaria che ha dato una spinta agli acquisti online e alla digital innovation. Tale studio ha permesso di analizzare a partire dal cambiamento degli stili di consumo le nuove esigenze formative (e nuove competenze) delle quali le imprese attualmente debbono dotarsi per restare competitive sul mercato.

L’indagine è stata rivolta ad un campione statisticamente rappresentativo di cittadini di Bergamo, di età superiore ai 18 anni, nell’ambito del quale sono stati profilati quattro cluster di rispondenti che (nel corso di tutto il 2020) hanno effettuato acquisti online almeno una volta alla settimana, almeno una volta al mese, almeno una o due volte nel corso dell’ultimo anno o non hanno effettuato acquisti online nel corso dell’ultimo anno (ma negli anni precedenti li avevano effettuati) o non hanno mai effettuato acquisti online.

## **Un nuovo approccio al mondo del commercio**

«Grazie a questa ricerca abbiamo lo stato dell’arte del mondo

del commercio nell'anno della pandemia – aggiunge **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** -. L'indagine mostra come si sono organizzati i nostri associati, i servizi che hanno fornito e quelli che dovranno ancora dare affinché nessuno resti indietro in questa sfida. Alcuni dati che emergono sono positivi altri preoccupanti. Di fatto, un nuovo approccio al mondo del commercio è fondamentale e determinerà la sopravvivenza di tutto il mondo del terziario”.

Per **Enrico Betti, presidente dell'Ente Bilaterale Territoriale del Terziario di Bergamo** “l'indagine fotografa una situazione territoriale molto in evoluzione dalla quale si evidenzia l'esigenza di sviluppare nuove competenze e migliorare quelle già possedute al fine di consentire alle aziende di restare competitive e ai lavoratori di maturare nuove skills da integrare alle capacità già consolidate. Gli enti promuoveranno nel corso del 2021 corsi e aggiornamenti specifici per il settore in modo da aiutare questa evoluzione”.

“In un periodo di grandi trasformazioni, la ricerca commissionata dai nostri Enti centra un obiettivo fondamentale: partire dalle nuove abitudini di consumo sul fronte della clientela e dell'utenza e le relative ricadute percepite dalle imprese per analizzare come queste si possano attrezzare – afferma **Alberto Citerio, presidente Ente bilaterale turismo** -. Per quanto riguarda il turismo, Pubblici Esercizi e Alberghi, la situazione è particolarmente grave; gli aspetti congiunturali legati alla pandemia distorcono qualunque ragionamento di prospettiva legato anche ai nuovi stili di consumo. I dati ricavabili dalla ricerca dicono, per il turismo, che solamente il 3.5% delle imprese (contro il 9.5% del terziario) si è dotata di nuove figure professionali che possano gestire il cambiamento e che il 12.5% (contro il 28.5% del terziario) ha intenzione di mettere in campo formazione sulle innovazioni. Questi dati meritano di essere approfonditi e compresi al netto della congiuntura attuale.

Qualificazione del personale attraverso la formazione, rimane elemento centrale dell'azione che l'Ente del turismo bergamasco intende intraprendere per dare risposte a Imprese e Lavoratori in questo difficile momento”.

“Questa indagine è una delle prime in Italia a proporre una doppia prospettiva (consumatori e imprese) di lettura – spiega **Pierluigi Ascani, presidente di Format Research** -. È stata infatti utile non solo per esplorare le tendenze di consumo e quindi le esigenze del commercio e dei pubblici esercizi per rispondere all'impatto della crisi ma anche per capire come le imprese si siano strutturate per fronteggiare un anno orribile come quello appena concluso. Esigenze legate al modo di fare impresa, alle prospettive di business e di occupazione: il mondo del terziario è infatti sempre più complesso e da questa ricerca emerge che la provincia di Bergamo è stata molto attenta a cogliere le dinamiche legate alla vendita di servizi e prodotti, dimostrando quindi un'ottima resilienza e una propensione a trovare nuove soluzioni in una logica di cambio di prospettiva nella relazione coi consumatori”.





# La ricerca in sintesi

## **Il cambiamento degli stili d'acquisto**

Il 53% dei consumatori di Bergamo ha dichiarato che sulla totalità dei costi sostenuti nel corso del 2020, oltre il 50% è stato destinato a spese obbligatorie (affitto, manutenzione e riparazione casa, bollette, sanità, spese mezzi di trasporto esclusi i combustibili, assicurazioni, servizi finanziari).

Oltre il 45% dei consumatori hanno sostenuto «spese obbligatorie» in misura maggiore rispetto all'anno precedente. Le restrizioni subite e la necessità di risparmiare hanno sicuramente influito sulle spese non necessarie e, infatti, solo il 23% dei consumatori, una percentuale esigua, ha sostenuto in misura maggiore «spese non obbligatorie».

## **L'acquisto online dei beni di prima necessità**

Elevato il ricorso al canale online da parte dei consumatori bergamaschi per l'acquisto di beni di prima necessità nel corso dell'ultimo anno: oltre il 56% ha acquistato online generi alimentari e più del 78% prodotti per l'igiene personale e per la pulizia della casa.

Oltre il 75% dei consumatori di Bergamo ha speso di più rispetto all'anno precedente allo scoppio dell'emergenza sanitaria per acquistare beni di prima necessità online.

## **I canali per l'acquisto online dei beni di prima necessità**

Le catene della Gdo (52,2%) e Amazon Prime (48,4%) sono risultati i canali online più utilizzati per l'acquisto dei generi alimentari. Il 31,1% dei consumatori si è rivolto anche ai negozi che si erano organizzati con le consegne a domicilio.

## **I beni acquistati nel corso dell'ultimo anno**

Prodotti farmaceutici, abbigliamento e articoli per la casa ma anche prodotti elettronici, elettrodomestici e articoli sportivi sono risultati i prodotti maggiormente acquistati dai cittadini bergamaschi nel corso del 2020.

## **I canali per l'acquisto dei beni non alimentari**

Le piattaforme marketplace e i siti web dei rivenditori sono stati i canali maggiormente utilizzati (85,6%) per effettuare acquisti di prodotti non alimentari. Il 35,5% ha acquistato direttamente dal sito web di un negozio fisico.

Tra coloro che hanno acquistato anche presso i negozi fisici, il 75,2% ha utilizzato i punti vendita presso i centri commerciali. Il 52,2% ha acquistato nei punti vendita tradizionali.

## **I motivi per i quali si acquista online o in negozio**

Il processo di acquisto è diventato «circolare» e la ricerca mette in luce come oggi il consumatore vuole essere parte «attiva» del processo, comparando i prezzi, informandosi. Comodità del servizio online, possibilità di comparare i prezzi e risparmio di tempo sono infatti le motivazioni più comuni. Al contrario, il negozio tradizionale viene preferito perché permette di trovare subito i prodotti, di capire se sono i prodotti giusti e perché svolge una funzione sociale di evasione e aggregazione per i consumatori.

## **I driver alla base dell'acquisto**

Il 54,1% dei consumatori si è informato sull'acquisto più importante (in valore) con il desiderio di acquistarlo online, come poi ha fatto. Il 22,6%, invece, lo ha desiderato ma poi non lo ha fatto.

## **L'attività dei negozi tradizionali sul web**

Oltre il 66% dei consumatori che hanno effettuato acquisti anche presso i negozi tradizionali, hanno ricevuto assistenza sul web e/o sui social. Questo mette in luce come a Bergamo il consumatore abbiamo trovato assistenza online da parte dei negozi tradizionali.

## **La resilienza delle imprese di Bergamo**

Le imprese di Bergamo hanno vissuto grandi difficoltà durante la pandemia e oltre il 61% ha visto un peggioramento dei propri ricavi. Il 32% ha dichiarato di avere cercato di

fronteggiare il calo dei ricavi adottando un qualche genere di soluzione e oltre il 90% delle imprese sono certamente consapevoli del fatto che gli stili di consumo sono cambiati nel corso degli anni (il 65% attribuisce tale cambiamento alla pandemia). Tra le imprese che hanno ravvisato un cambiamento il 55% ritiene che il proprio personale non abbia le competenze giuste ma è disposto a erogare formazione sul tema.

### **Nuove figure professionali e formazione ad hoc**

Anche se solo l'8% delle imprese di Bergamo si è dotato di nuove figure professionali, pronte a cogliere il cambiamento in atto, il 10% ha intenzione di dotarsene nei prossimi due anni. Si tratta in particolare di imprese dei servizi e del commercio. Tra le «nuove figure professionali» le imprese hanno introdotto (o stanno introducendo) in prevalenza assistenti alle vendite, consulenti di marketing e figure legate all'innovazione digitale. Tra le imprese che nei prossimi due anni vogliono introdurre nuove figure professionali, il 24% attiverà anche dei corsi di formazione.

### **Nuovi modelli di business**

Le imprese di Bergamo non si sono fermate durante la pandemia e il 35% delle imprese ha iniziato ad utilizzare l'e-commerce dall'avvento del Covid. Una variazione percentuale del +134% rispetto al periodo pre-pandemia. Solo il 14% delle imprese che svolgono attività di e-commerce hanno figure preposte alla gestione di tale attività. Inoltre, a seguito dell'esigenza di aggiornare le competenze dei collaboratori e avere del personale dedicato al commercio elettronico, il 42% delle imprese ha fornito formazione apposita ai propri dipendenti. In prevalenza in promozione e comunicazione.

### **La ricerca completa:**

[I nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori bergamaschi e i nuovi fabbisogni formativi delle imprese](#)