

Cashback addio entro fine anno? Ma che brutta idea. Forse è il caso di fermare la lotteria degli scontrini

Le anticipazioni di stampa riferiscono che il nuovo Governo intende chiudere il cashback entro fine anno. Ragioni di costo.

Le anticipazioni di stampa riferiscono che il nuovo Governo intende chiudere il cashback anticipatamente a fine anno. Ragioni di costo. Invece di tagliare il super cashback (1.500 euro per i primi 100.000 fortunati) che costa tanto e che sta facendo crescere i furbetti della strisciata al distributore di benzina il Governo preferisce affossare definitivamente questo strumento.

Peccato che il cashback piace alla gente ed è l'unica reale opportunità per comprare in negozio e quindi favorire il commercio tradizionale rispetto a quello online. Gli acquisti sotto casa producono introiti di Iva e Irpef allo Stato che il commercio elettronico, soprattutto quello dei portali stranieri, qualche dubbio sul contributo all'erario ce lo fanno nutrire.

Il Governo non parla invece di togliere la lotteria degli scontrini. Quella certo che andrebbe eliminata perché è sbagliata nelle sue motivazioni di fondo e nella sua applicazione. E poi fa impazzire i commercianti per l'incasso dell'euro di un caffè.

Camera di Commercio, in arrivo fondi per sostenere le imprese

Voucher del valore di 1.900.000 euro per interventi di consulenza e formazione per lo sviluppo di impresa e l'internazionalizzazione

Sostenere il mondo imprenditoriale per tornare ad essere competitivi sul mercato: la Camera di commercio di Bergamo offre alle imprese del territorio la possibilità di fruire di 1.900.000 euro di finanziamenti sotto forma di voucher per la ripresa economica dopo la crisi da Covid-19. Le iniziative per lo sviluppo di impresa e l'internazionalizzazione sono riservate a micro, piccole e medie imprese, quella sulla formazione è aperta a tutte.

L'accesso ai concorsi, coordinati da Bergamo Sviluppo e gestiti dai soggetti attuatori accreditati, è regolato dalle norme dei relativi bandi. Resterà aperto fino ad esaurimento dei fondi in dotazione o comunque fino al 31 dicembre 2021.

Sviluppo d'impresa

Il fondo di 628.000 euro finanzia [l'assistenza e la consulenza](#) non collegate alla produzione primaria di prodotti agricoli. Per interventi di assistenza e consulenza relativi alla produzione primaria dei prodotti agricoli, invece, è previsto un [fondo a parte di 165.000 euro](#).

La pandemia da Covid-19 ha provocato uno sconvolgimento economico tutt'ora in corso. In questa situazione la consulenza d'impresa riveste carattere strategico e può

rappresentare la via d'uscita dalla crisi, o almeno una strada per raggiungere nuovamente l'equilibrio e la redditività. Per rispondere alla situazione in essere la Camera di commercio ha destinato dei fondi alla realizzazione di interventi di assistenza e consulenza, con l'obiettivo di sostenere i processi di sviluppo, consolidamento e accrescimento competitivo delle imprese. Tra gli interventi ammessi ricordiamo ad esempio quelli finalizzati al rafforzamento della cultura digitale, all'accesso al credito e ai finanziamenti, nonché quelli legati alla tematica della sicurezza igienico-sanitaria.

Internazionalizzazione

Un fondo di 481.000 euro finanzia l'assistenza e la consulenza ai [progetti di internazionalizzazione](#) non collegati alla produzione primaria di prodotti agricoli.

Nell'auspicio di vedere superata la crisi economica conseguente al Covid 19, diventano più strategici che mai gli interventi consulenziali per sostenere i progetti di internazionalizzazione, che rappresentano un concreto aiuto per le imprese che cercano di riposizionarsi o di affrontare i mercati esteri. Consapevole di queste esigenze, la Camera di commercio ha destinato un fondo alla realizzazione di interventi di assistenza e consulenza per supportare le imprese nell'implementazione dei processi di revisione dell'organizzazione ed orientarla all'internazionalizzazione.

Formazione (anche per grandi imprese)

Il fondo di 603.000 euro [finanzia la formazione](#) non connessa al settore della produzione primaria dei prodotti agricoli, per imprese di tutti i settori. Se gli interventi di formazione sono relativi alla produzione primaria dei prodotti agricoli, si accede al [fondo separato di 23.000 euro](#).

Alla luce della situazione economica venutasi a creare, gli

interventi formativi e consulenziali sono ora ancora più strategici perché possono rappresentare un supporto importante per la ripresa delle imprese, favorendo il raggiungimento di un nuovo equilibrio e di una rinnovata stabilità. Con questa finalità la Camera di commercio ha destinato il fondo alla realizzazione di interventi di formazione, contribuendo ad aumentare la competitività delle imprese attraverso il rafforzamento professionale e occupazionale dei lavoratori operanti al loro interno, ne sono un esempio gli interventi formativi finalizzati al rafforzamento della cultura digitale, soprattutto attraverso metodologie innovative di apprendimento a distanza, nonché quelli legati ai temi sulla sicurezza igienico-sanitaria (sono esclusi i corsi obbligatori).

Vendita illegale di fiori: più controlli in vista della Festa della Donna

Si avvicina la ricorrenza dell'8 marzo e come ogni anno il Gruppo Fioristi di Ascom invita a contrastare il commercio abusivo

Si avvicina la ricorrenza dell'8 marzo, Festa della Donna, e come ogni anno Ascom Confcommercio Bergamo invita a mantenere alta la guardia per contrastare il fenomeno dell'abusivismo e della vendita illegale di fiori.

“Anche quest’anno – sottolinea Adriano Vacchelli, presidente del Gruppo Fioristi di Ascom Confcommercio Bergamo, nella

lettera inviata ai sindaci dei Comuni bergamaschi – si sono visti venditori abusivi nelle principali piazze e strade di paesi e città che hanno potuto vendere indisturbati la loro merce, a dispetto di ogni legge fiscale e amministrativa e, soprattutto, in mancata ottemperanza di tutti i provvedimenti anti-assembramento per il contrasto della diffusione del Covid 19. Tale situazione produce un danno enorme agli operatori in regola, i quali devono giustamente operare nel rispetto di tutte le norme, comprese quelle sanitarie”.

Un appello condiviso a livello nazionale anche da Federfiori-Confcommercio – che ha richiamato l’attenzione dei prefetti e dei sindaci di tutta Italia nei confronti dell’abusivismo – e che quest’anno assume un valore ancora più importante: quella dei fioristi è una categoria messa in ginocchio dalla pandemia e che non ha ricevuto ristori da parte dello Stato perché i negozi sono sempre rimasti aperti anche se, nei fatti, privi di clientela.

“Abbiamo visto diminuire di almeno il 70% il fatturato per mancanza di eventi – prosegue Vacchelli -. In queste giornate particolari, dove il fiore è anche il simbolo della festa, ci auguriamo di poter recuperare una parte del lavoro perso. Chiediamo pertanto ai sindaci di predisporre per tutta la giornata della Festa della Donna un servizio di controllo da parte delle Forze dell’Ordine”.

Italy Beer Week, la Settimana della birra artigianale si

trasferisce sul web

Dal 22 al 28 marzo su Italybeerweek.com le novità e le iniziative online e offline del mondo birrario artigianale

Per anni quello della Birra Artigianale in Italia è stato uno dei pochi settori in ascesa della nostra economia. La contrazione dei consumi dovuta alla pandemia sta mettendo a dura prova i microbirrifici, che risentono principalmente delle restrizioni applicate ai locali specializzati. Anche per supportare il comparto in questo momento delicato, dal 22 al 28 marzo 2021 si terrà la Italy Beer Week, il più grande “evento diffuso” dedicato alla birra di qualità. La Italy Beer Week è infatti l’evoluzione della Settimana della Birra Artigianale, manifestazione nata nel 2011, organizzata da Cronache di Birra, sito e testata giornalistica.

L’undicesima edizione sarà la prima con la nuova denominazione: un cambiamento non solo formale ma anche di contenuto, con eventi pensati per un mercato più maturo. “La birra artigianale non è più un prodotto di nicchia da far scoprire al grande pubblico. Tanti sono i bevitori abituali, sempre più esigenti e vogliosi di seguire le evoluzioni di un mondo in continuo fermento” afferma Andrea Turco, direttore editoriale di Cronache di Birra.

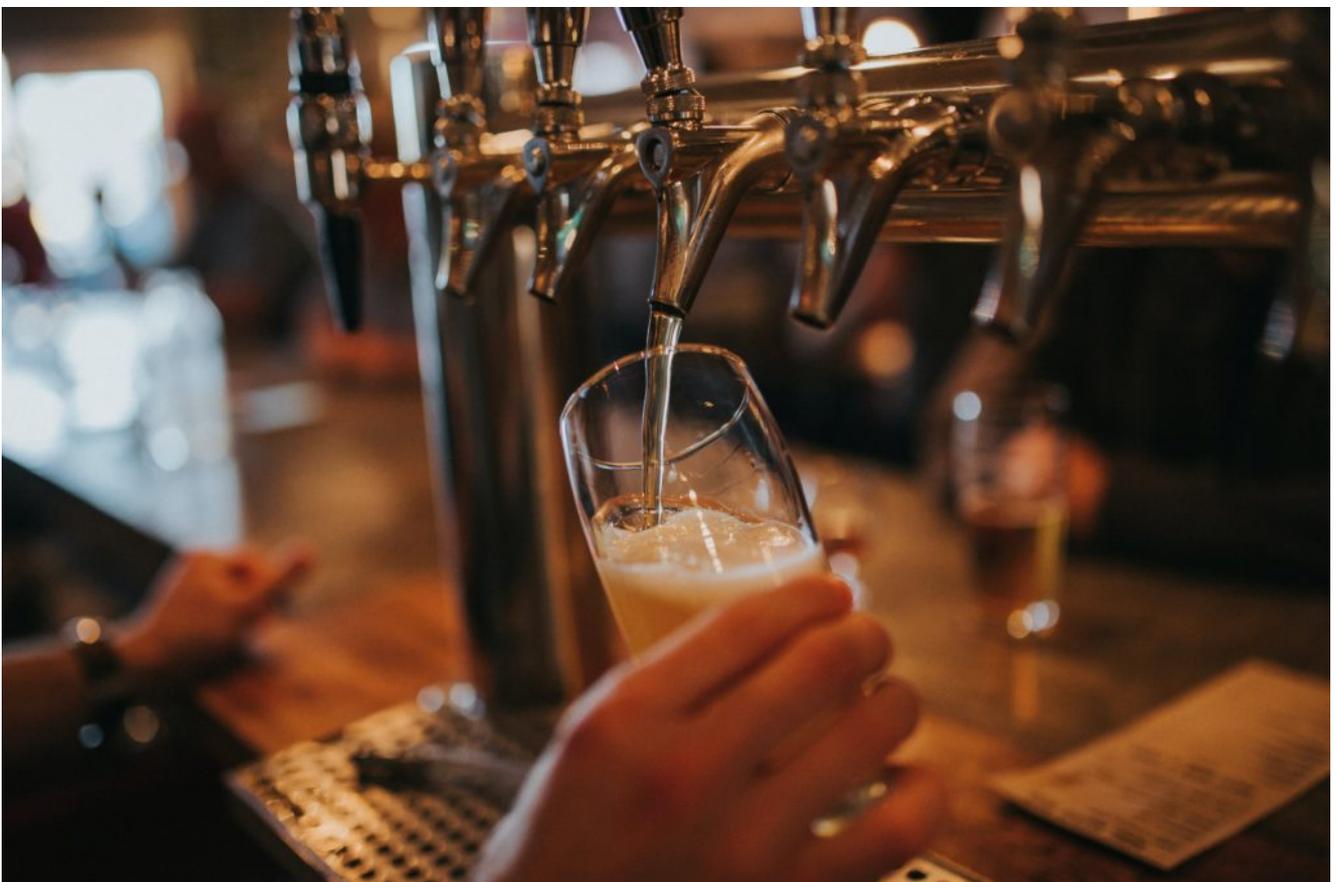
Quest’anno le attività promosse dai singoli aderenti saranno inevitabilmente condizionate da possibili restrizioni, tante iniziative assumeranno una veste digitale, ma non mancherà il consueto contributo di idee ed entusiasmo da parte dei professionisti del settore. “Per forza di cose ci siamo ritrovati ad accelerare un ripensamento del format che era già in programma – dice Salvatore Cosenza, organizzatore insieme ad Andrea Turco della manifestazione – Una sfida interessante per noi e per tutti gli aderenti: le attività on line saranno tante ma speriamo di non dover abbandonare del tutto l’idea di

vivere momenti conviviali, con tutte le precauzioni del periodo”.

Contenuti e obiettivi della Italy Beer Week

La Italy Beer Week vuole continuare a supportare il movimento birrario italiano e verranno coinvolte realtà diverse su tutto il territorio nazionale. Birrifici, pub, beer shop, ristoranti e associazioni potranno segnalare liberamente le iniziative sul sito Italybeerweek.com. Come sempre l'adesione sarà gratuita e ogni partecipante potrà contribuire con degustazioni, cote pubbliche, incontri con birrai, tap takeover, presentazioni di nuove birre, webinar, dirette sui social e altro ancora.

L'obiettivo finale è quello di suscitare la curiosità dei neofiti, tenere alto l'interesse di chi è già fidelizzato e soprattutto sostenere i consumi, in un momento estremamente delicato per l'intera filiera.



Il “Ballo delle debuttanti”

Come da tradizione, anche l'edizione 2021, sarà preceduta dal “Ballo delle debuttanti” delle birre inedite italiane. In mancanza dell'omonimo festival, che si teneva annualmente a Roma, è prevista una “Home Edition”: la vendita on line di una box di 13 birre di altrettanti produttori, acquistabile su 1001birre.it sito di e-commerce specializzato.

“Il Ballo è sempre stato il “calcio d'inizio” della Settimana, un appuntamento tanto atteso per assaggiare le novità dei birrifici italiani. Senza mutarne lo spirito, lo abbiamo reso fruibile comodamente da casa” commenta Andrea Turco.

“L'idea di una box, con 13 birre nuovissime, acquistabile da tutti gli appassionati italiani rende ancor più nazionale la nostra festa, con l'evento inaugurale che abbandona la sua dimensione romanocentrica” aggiunge Salvatore Cosenza.

Tra le 13 novità, nella box c'è anche la “Debuttante del debuttante” ovvero la nuova birra del vincitore del Premio Lallemand, dedicato ai produttori che hanno iniziato l'attività nell'ultimo anno.

Le evoluzioni del settore

I numeri delle passate edizioni sono importanti: 3145 aderenti, 2450 eventi, 1653 promozioni e scontistiche speciali. Cifre che hanno seguito di pari passo la crescita del comparto. Nel 2010 in Italia si potevano contare solo 311 birrifici artigianali, attualmente sono oltre 800, con conseguente aumento esponenziale anche dei volumi di vendita nel mercato interno (il 4% del totale dei consumi di birra) e delle esportazioni. Da prodotto di nicchia, la birra artigianale è entrata a far parte del paniere di beni quotidiani per molti.

Giornata internazionale dei diritti della donna: TheFork fa il punto sulla ristorazione al femminile

Dalle donne del food più influenti ai ristoranti in “rosa” più amati dagli utenti: ecco i risultati dell’indagine tra dati di settore e tante curiosità

In occasione della Giornata Internazionale dei diritti della Donna, TheFork ha dato vita a un’indagine per condividere dati di settore e curiosità sulla ristorazione al femminile. Nonostante un’annata a dir poco imprevedibile, il 20% di tutti i ristoranti sulla piattaforma si è tinto di rosa e sempre più donne hanno scalato i vertici del mondo food in tutto il Belpaese.

Secondo 72% degli utenti dell’app numero uno a livello mondiale nella prenotazione online dei ristoranti, negli ultimi anni la quota di lavoratrici nel comparto food è aumentata, stima confermata per il 39% di operatori del settore che sostiene di aver aumentato il numero di dipendenti donne presso il proprio locale negli ultimi tre anni. Secondo la stessa ricerca, il 51% dei ristoratori dichiara di avere una chef donna, mentre il numero medio di donne impiegate in cucina è pari a 1,3. 2,2 è infine la media di lavoratrici attive in altre funzioni presso il ristorante stesso: dalla sala all’amministrazione.

Gli operatori del settore ritengono che a influire positivamente sull’occupazione femminili abbia contribuito la

presenza di donne del food nei media. Secondo un'analisi semantica delle recensioni condotta da TheFork a febbraio 2021 sono oltre 4344 i ristoranti che nelle recensioni degli utenti contengono almeno una volta una di queste parole chiave: "ristoratrice", "proprietaria", "la titolare", "imprenditrice" e "cuoca", dato che farebbe presumere un 20% di ristoranti "al femminile" sulla piattaforma.

A fronte della domanda non guidata su quale fosse la donna del food più influente in Italia, gli utenti hanno risposto per la maggioranza Benedetta Rossi, Antonia Klugmann, Benedetta Parodi, mentre gli operatori del settore hanno menzionato soprattutto le Chef Nadia Santini, Cristina Bowerman e Antonia Klugmann.

Le donne del food più influenti

Secondo il 62% degli utenti negli ultimi 5 anni, la presenza di donne in ruoli apicali del mondo food è aumentata. TheFork ha chiesto ai suoi utenti anche quali fossero a loro parere le donne più influenti del settore food basandosi su diverse classifiche preesistenti.

Per la categoria Chef stellate della Guida Michelin: Antonia Klugmann, L'Argine di Vencò, Dolegna del Collio (19%); Cristina Bowerman, Glass Hostaria, Roma (9%); Rosanna Marziale, Le Colonne, Caserta (7%).

Per la categoria food influencer: Benedetta Rossi (32,8%); Benedetta Parodi (28,6%); Chiara Maci (11,7%).

Per la categoria wine influencer: Wine lovers Italy (15%); Wineteller (10%) Arianna Franciacorta by Arianna Vianelli (8,8%).

Per la categoria imprenditrici e manager del settore: Maria Franca Ferrero, Presidente Ferrero e Fondazione Ferrero, Ferrero Italia (31,8%); Marina Sylvia Caprotti, Presidente Esecutivo, Esselunga (17,6%); Francesca Lavazza, Imprenditrice

e Board Member, Lavazza (14%).

Per la categoria pasticciere: Debora Massari (55,6%), Stella Ricci (13%); Marta Boccanegra (7%).

Per la categoria pizzaiole: Teresa Iorio, Rossopomodoro LAB, Napoli (19%); Maria Cacialli, La Figlia del Presidente, Napoli (15%); Isabella de Cham, 1947 Pizza Fritta, Napoli (11%).

I ristoranti al femminile più amati su TheFork



TheFork ha infine individuato la top 10 dei ristoranti al femminile più amati sulla piattaforma. I criteri utilizzati sono stati la maggior presenza delle suddette parole chiave e una votazione superiore all'8,5 da parte degli utenti di TheFork.

Glass Hostaria, Roma

Non servono presentazioni per il ristorante della nota e amata Chef stellata Cristina Bowerman. Nel cuore di uno dei quartieri più suggestivi di Roma, Trastevere, Bowerman è riuscita a creare un punto di riferimento per la cucina locale distinguendosi però da tutte le altre osterie trasteverine, proponendo una cucina leggera e innovativa ricca di suggestioni regionali ma anche internazionali.

L'Arte di Dory, Firenze

Questo ristorante di Firenze prende il nome dalla chef che ne firma i piatti, Chef Dory che propone ricette della regione Toscana come le pappardelle al cinghiale preparate proprio come vuole la tradizione.

Cousine, Roma

Nel quartiere Gianicolense di Roma, un bistrò nato dalla passione di Maria Pia Folino e di sua figlia Gaia Ascone, che hanno voluto ridare vita a questo piccolo gioiellino, portando avanti la conduzione familiare del locale. Qui potrete gustare deliziosi piatti di pesce e non, preparati con materia prima di ottima qualità.

Buca San Petronio, Bologna

Nel 2004 quattro amici tra cui la giovane Elena Esposito, decidono di lanciarsi nel progetto di riqualificazione di un ristorante storico di Bologna: il Buca San Petronio. Oggi questo locale è un punto di riferimento per chi vuole gustare i piatti tipici della cucina emiliana, ma anche di un'atmosfera di design tutta dedicata all' "Italian Style".

Lidia's Bistro, Fano (PU)

Un nome decisamente descrittivo, perché questo è effettivamente il bistro di Lidia, proprietaria e chef che propone un menù davvero interessante con proposte della cucina

siciliana, come gli arancini o la pasta alla norma, e di quella norvegese, come gli smørbrød (paragonabili a dei crostoni).

Lìntulì Lapperlà, Matelica (MC)

Lìntulì Lapperlà è il progetto di Eleonora Monteverde, che dopo il terremoto che ha colpito le Marche ha deciso di dedicare anima e corpo a questo ristorante il cui punto di forza è proprio il territorio. Qui potrete assaggiare una cucina creativa ma anche dei piatti della tradizione.

M'Amo, Milano

Manuela e Massimo, questi i due nomi che compongono la parola "M'amo". Loro sono i proprietari di questo delizioso ristorante milanese che offre una cucina mediterranea. Tutto qui è scelto con amore e attenzione, dagli arredamenti, all'accoglienza fino ovviamente alle materie prime.

Sartoria Gastronomica, Bologna

Un ristorante in cui protagoniste assolute sono le materie prime, rigorosamente del territorio, che ogni giorno – proprio come in una sartoria – vengono lavorate su misura per creare piatti della tradizione mediterranea con rielaborazioni creative e mai banali.

La Ferramenta del Gusto Emiliano, Torino

La Ferramenta del Gusto Emiliano a Torino è un ristorante in cui si respira un'atmosfera casalinga e familiare ma soprattutto in cui si assaporano le ricette tipiche dell'Emilia Romagna. Gestito in sala da Eleonora Tonelli, con amore e passione, mentre in cucina troviamo Stefania Vallis e Andrea Airò.

Scacciapensieri Osteria Moderna, Cecina

Allo Scacciapensieri si viene per stare insieme, per gustare una cucina mediterranea di prima qualità – soprattutto se

parliamo di piatti di pesce – e per farsi coccolare dal personale attento e professionale proprio come la proprietaria Catia.

A Sanremo l'Italia se la canta e se la balla. Ma anche fuori dall'Ariston serve un lavoro d'orchestra

Tutti a casa a vedere Sanremo. L'Italia se la canta e se la balla tra canzonette e colori vecchi e nuovi.

Tutti a casa a vedere Sanremo. L'Italia se la canta e se la balla tra canzonette e colori vecchi e nuovi. L'arancio scuro preludio del rosso che sta per arrivare. Ci manca il blu dipinto di blu simbolo della canzone italiana e di Sanremo.

È tutto così surreale che sembrerebbe un film ma è vero. Il festival della canzone italiana come il campionato a porte chiuse. L'oppio per i popoli che non ce la fanno più ma devono rasserenarsi e sopravvivere fino all'estate. Ormai l'hanno capito anche i sordi (non ce ne vogliono gli siamo vicini).

Dobbiamo cantare in coro. C'è luce in fondo al tunnel ed è l'uscita.

Canteremo per ingranare la marcia. Avanti con i vaccini, serve un lavoro d'orchestra dietro un grande maestro. Un drago!

Un nostalgico di Nilla Pizzi

Commercio al dettaglio in rosso Resistono l'alimentare e la Gdo

Il comparto alimentare e non alimentare su strade diverse nel quarto trimestre. Per commercio e servizi il calo annuo di fatturato supera il record negativo del 2009

Gli ultimi dati della Camera di Commercio di Bergamo non fanno sperare per il settore del commercio al dettaglio in provincia. Nel quarto trimestre torna infatti ad aggravarsi la situazione delle imprese con almeno 3 addetti attive nel commercio al dettaglio: il calo di fatturato rispetto allo stesso periodo del 2019 è pari al -5,4%, in peggioramento rispetto al -2,4% registrato nel terzo trimestre. L'intensificarsi dei contagi da Covid-19 da ottobre in poi ha comportato l'adozione di nuove misure di contenimento.

A essere penalizzati sono stati ancora una volta gli esercizi non alimentari, che dopo il recupero dei mesi estivi hanno subito un nuovo calo delle vendite nel quarto trimestre, nell'ordine dei 10 punti percentuali rispetto ai livelli del 2019.

I negozi alimentari – e la grande distribuzione in particolare – non hanno invece subito contraccolpi, non solo perché sono potuti restare aperti, ma anche per via della crescita del consumo domestico di beni alimentari a scapito di quello fuori casa e la maggiore diffusione del lavoro agile.

Il 2020 nel suo complesso archivia un calo del fatturato del -8,1%, il peggior risultato della serie storica (il precedente primato negativo era il -7,1% del 2012); ancora una volta va

però sottolineata l'estrema variabilità di questo risultato, che se per i negozi non alimentari certifica un annus horribilis con perdite superiori ai 15 punti percentuali, per la grande distribuzione ha invece rappresentato un'annata di significativa crescita.

I prezzi tornano a crescere negli ultimi tre mesi del 2020 (+0,3%), chiudendo un anno che ha visto comunque una dinamica positiva dei listini, sebbene in rallentamento rispetto al 2019. Oltre alle dinamiche settoriali, hanno influito anche i maggiori costi sostenuti per l'adeguamento ai protocolli di sicurezza. Le valutazioni sugli ordini ai fornitori, nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, mostrano ancora una netta prevalenza di indicazioni di diminuzione su quelle di aumento, ma il saldo conferma il trend di miglioramento già evidenziato nel terzo trimestre. Negative invece le notizie sul fronte delle scorte, con il saldo tra giudizi di eccedenza e scarsità che torna a crescere e si attesta su livelli decisamente più elevati rispetto al 2019.

L'andamento dell'indice del fatturato mostra chiaramente l'evoluzione nel corso del 2020 che ha visto il forte calo dei primi due trimestri al minimo storico di 72,6 (2010=100), la risalita a quota 85,7 nel terzo e la nuova caduta – fortunatamente meno pronunciata – nel quarto, oltre quattro punti sotto i livelli di fine 2019. La dinamica della Lombardia è simile, anche se il calo meno marcato nella prima parte dell'anno consente alla regione di archiviare una flessione tendenziale più ridotta nel quarto trimestre e una variazione media annua migliore: il risultato è un allargamento del gap negativo di Bergamo nei confronti dell'indice lombardo.

Torna a salire la percentuale di imprese che dichiara un calo di fatturato su base annua, sebbene rimanga lontano il livello record raggiunto nel secondo trimestre, quando le imprese in perdita rappresentavano oltre il 60% del campione. Parallelamente aumenta – sebbene lievemente – la quota di

imprese con un fatturato in crescita, mentre si riducono le imprese che dichiarano una situazione di stabilità. La distribuzione delle risposte conferma quindi una crescita della variabilità rispetto al trimestre precedente, quando il recupero era stato generalizzato.

Nel 2020 bene solo la Gdo che chiude l'anno in positivo (+5,5%)



I dati forniti sulle vendite di prodotti di largo consumo confezionato da parte di ipermercati e supermercati confermano l'andamento positivo delle vendite: crescono infatti su base annua il valore e le quantità vendute, con incrementi nuovamente in accelerazione dopo il rallentamento dei mesi estivi. L'anno si chiude con un risultato positivo sia in valore (+5,5%) che in quantità (+2,8%), dopo un 2019 di stagnazione. L'emergenza sanitaria ha rappresentato un vantaggio per supermercati e ipermercati, spostando una significativa quota dei consumi alimentari dal canale Ho.Re.Ca

alle mura domestiche.

Il quarto trimestre registra un saldo positivo del numero di addetti (+0,8%), frutto della contemporanea crescita del tasso di ingresso e del calo di quello relativo alle uscite: gli strumenti a sostegno dell'occupazione e il blocco dei licenziamenti, da un lato, e le esigenze di manodopera da parte degli esercizi che hanno sperimentato una crescita di domanda, dall'altro, hanno permesso all'occupazione delle imprese commerciali – almeno per quelle con 3 addetti e oltre – di superare il 2020 senza subire particolari perdite, anche se il trend positivo degli anni precedenti ha mostrato un rallentamento.

Le aspettative degli imprenditori del commercio al dettaglio evidenziano un netto peggioramento negli ultimi tre mesi dell'anno, riportando i saldi tra previsioni di crescita e diminuzione sui livelli molto negativi dei primi due trimestri. Anche tenendo conto degli effetti stagionali, che vedono un calo fisiologico delle vendite dopo il picco di fine anno, questo calo brusco testimonia una scarsa fiducia degli imprenditori nella possibilità di una rapida ripresa nella prima parte del 2021.

“La stessa situazione rilevata dall'osservatorio della Camera di Commercio si registra anche nei negozi con meno di tre addetti – sottolinea **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Anche le piccole e piccolissime attività alimentari hanno chiuso in positivo mentre i non alimentari hanno registrato una forte sofferenza, non solo per il fatto che sono stati costretti a chiusure forzate ma anche per la minor circolazione delle persone per effetto della zona rossa e arancione. A questo si aggiunge un ulteriore problema che riguarda tutta la filiera, dall'agroalimentare al grossista fino ad arrivare al commerciante ultimo. In particolare ha perso pesantemente tutta la filiera legata all'horeca per la chiusura di bar, ristoranti e per la perdita di attività negli alberghi”.

I servizi alla persona e le attività di alloggio e ristorazione i più colpiti



Nel quarto trimestre la variazione tendenziale del fatturato per le imprese bergamasche dei servizi con almeno 3 addetti è pari al -6,2%: nonostante il dato rappresenti una diminuzione meno accentuata se confrontato con i tre mesi precedenti, si tratta del divario più elevato rispetto ai livelli di attività del 2019 tra tutti i macro-settori dell'economia provinciale. In media annua il calo di fatturato raggiunge il -12,7%, superando il record negativo del 2009 (-8%). Un'estrema variabilità caratterizza anche i risultati dei vari comparti dei servizi: sebbene per tutte le attività il 2020 abbia comportato flessioni di fatturato significative, i servizi alle imprese e il commercio all'ingrosso sono riusciti a contenere le perdite, anche grazie all'utilizzo del lavoro agile, mentre i servizi alla persona e le attività di alloggio e ristorazione sono stati tra i comparti più colpiti dalle conseguenze economiche della pandemia: per i primi la

diminuzione di fatturato nel 2020 ha superato il -20%, per le seconde il -30%.

I prezzi nel quarto trimestre confermano la velocità di marcia già evidenziata nei tre mesi precedenti (+0,5%), in accelerazione rispetto agli incrementi marginali registrati nella prima metà dell'anno. Nel 2020, nel complesso, i listini hanno comunque mostrato un raffreddamento rispetto ai ritmi di crescita che avevano caratterizzato il biennio precedente.

Nonostante la situazione di grave difficoltà, l'andamento del fatturato delle imprese bergamasche dei servizi nel quarto trimestre risulta migliore rispetto alla media lombarda: l'indice di Bergamo segna un ulteriore lieve incremento dopo il recupero del terzo trimestre, mentre in Lombardia arretra, allargando il divario con i livelli di fine 2019. Nella media del 2020 il risultato della provincia è tuttavia allineato a quello regionale (-12,3%), che conferma un livello più elevato dell'indice del fatturato per via della maggiore crescita degli anni precedenti.

Anche la distribuzione delle risposte all'interno del campione mostra un miglioramento rispetto al terzo trimestre: la quota di imprese con un fatturato in crescita su base annua si espande, mentre quella relativa alle imprese con fatturato inferiore al 2019 scende sotto il 50%. Le imprese in perdita si confermano comunque più numerose e risultano inoltre caratterizzate da flessioni di entità significativa: la quota di quante dichiarano perdite superiori ai 5 punti percentuali è pari al 41%, a fronte del 31% che registra incrementi di tale entità. I servizi non solo hanno subito il maggior impatto negativo in termini di calo dei livelli di attività, ma sono anche il settore dove sono state più evidenti le ripercussioni sull'occupazione, anche per via di una forza lavoro caratterizzata da un'ampia quota di contratti poco protetti (soprattutto in quei settori, come la ristorazione, maggiormente colpiti dalle misure di restrizione). Il numero di addetti scende del -0,8% nel quarto trimestre, per via

della crescita del tasso di uscita (4,2%) e del calo di quello di entrata (3,5%). Al netto degli effetti stagionali, è evidente come la fase discendente dell'occupazione dei servizi fosse già iniziata nella seconda parte del 2019 ma sia stata intensificata dallo scoppio dell'emergenza sanitaria.

Le aspettative degli imprenditori restano prudenti sulle prospettive per il prossimo trimestre, mostrando solo un lieve progresso rispetto ai valori registrati nei mesi estivi e rimanendo comunque in territorio negativo. Il valore minimo lo esprimono le attività di alloggio e ristorazione e i servizi alla persona. “Le misure di contenimento della seconda ondata autunnale le ritroviamo tradotte nei numeri negativi del quarto trimestre, sebbene le diverse abitudini di consumo abbiano invece avvantaggiato il commercio alimentare – commenta il **presidente della Camera di Commercio, Carlo Mazzoleni** -. Il commercio non alimentare ha purtroppo pagato un nuovo scotto. Notevoli divari anche tra i servizi alle imprese e il commercio all'ingrosso da un lato, e i servizi alla persona, l'alloggio e la ristorazione dall'altro. I numeri annuali per entrambi i settori sono i peggiori della serie storica e le aspettative, alla luce della ripresa della curva dei contagi e di possibili nuove restrizioni, rimangono purtroppo negative”.

Sul Sentierone flash mob del mondo del wedding. “Il settore può ripartire e

Lavorare in sicurezza”

Venerdì in centro città hanno protestato una sessantina di professionisti. Il settore in Bergamasca coinvolge oltre 11 mila lavoratori e circa mille imprese

Un matrimonio sul Sentierone con tanto di arrivo degli sposi a bordo di una Bentley e fotografi al seguito ma senza nessuna aria di festa: è la protesta degli operatori del settore wedding ed eventi e della filiera collegata a Confcommercio Professioni e ad Aiom Bergamo, l'Associazione Italiana Organizzatori Matrimoni, aderenti ad Ascom Confcommercio Bergamo, che venerdì 26 febbraio hanno organizzato, insieme ad altre 14 piazze d'Italia, un flash mob in centro città per chiedere attenzione e ristori che compensino i danni legati alla riduzione dell'attività a causa del Covid.

Tante le categorie coinvolte: sartorie, pelletterie, gioiellerie, tipografie, hairstyle, make-up style, atelier sposi, scenografi, allestitori, noleggio arredi, fioristi, service, agenzie viaggio, e coloro che sono visibili durante il ricevimento: noleggio auto, catering, personale di servizio, barman, fotografi, musicisti, cantanti, dj, animatori, tecnici audio/video/luci. Sul Sentierone c'erano una sessantina di professionistiche hanno messo in scena uno spettacolo pensato nei minimi particolari, così come deve essere un matrimonio: intorno alla categoria dei wedding planner ruotano infatti diverse professionalità in un settore che in Bergamasca coinvolge oltre 11 mila lavoratori, compresi i professionisti e gli atipici, e circa mille imprese.

“Abbiamo bisogno di certezze per poter lavorare e per rassicurare i nostri clienti – spiega Paola Rovelli, presidente Aiom Bergamo -. Una reale situazione di emergenza quella della Wedding Industry, dove a dettare le regole del gioco (che gioco non è) sono Dpcm che hanno sempre eluso il nostro settore. È da marzo 2020, infatti, che l'intera filiera

degli eventi, è totalmente in ginocchio e senza ristori. Ma la situazione sembra non migliorare affatto: le ultime notizie di prolungamento dello stato d'emergenza hanno rifatto crollare le speranze dei clienti e di noi operatori. Doveroso ricordare che l'annullamento dei matrimoni da marzo 2020 ha per tutti noi significato cestinare mesi di progettazione con conseguente mancato guadagno delle ore spese per lo sviluppo e che al "via" non potremo iniziare a fatturare dal giorno stesso perché la realizzazione di un evento ha tempistiche più lunghe rispetto alla maggior parte delle attività ferme in questo momento.

La paura è che neanche nel 2021 si possano svolgere matrimoni e così ai professionisti cominciano ad arrivare nuovamente richieste di slittamenti di data e risarcimenti degli acconti già forniti. Da qui l'idea di mostrare attraverso un quadro vivente uno spaccato dell'operatività e del numero di competenze che sono parte essenziale di quest'opera. "Chiediamo al Governo una maggiore considerazione perché la platea è ampia e non apparteniamo a un unico codice Ateco – sottolinea Matteo Mongelli, presidente di Confcommercio Professioni Ascom Bergamo -. Dietro al mondo del wedding c'è una filiera lunghissima che deve essere messa nelle condizioni di ripartire il prima possibile e in sicurezza. Per il wedding non basta infatti rialzare una saracinesca: la riapertura è lenta e graduale perché organizzare matrimonio richiede tempo".

“Originale”, il bergamasco Vezzoli gareggia a “Una Mole di colombe”

Il titolare di “In Croissanteria Lab” in gara nella categoria migliore colomba creativa del concorso nazionale per pasticceri lievitisti in programma il 4 marzo a Torino

Il bergamasco Italo Vezzoli gareggia a “Una Mole di colombe”, il concorso nazionale per pasticceri lievitisti (giunto alla terza edizione) ospitato a Torino, presso l’Hotel Principi di Piemonte, in programma giovedì 4 marzo. A causa dell’emergenza sanitaria, la manifestazione sarà dedicata alle attività del concorso, senza degustazioni e presentazioni in pubblico.

I dolci proposti sono tutti artigianali, prodotti con lievito madre, senza conservanti, coloranti o aromi di sintesi, mono e di gliceridi, semi lavorati. Vezzoli, titolare di “In Croissanteria Lab” a Carobbio degli Angeli, gareggerà nella categoria migliore colomba creativa.

Al concorso presenterà “Originale”. Invece di aggiungere ha preferito sottrarre per valorizzare l’impasto: la sua colomba è liscia con gocce di limone che si sciolgono, conferendo un aroma “agrumato”.

La giuria del concorso sarà presieduta da Giovanni dell’Agnese, erede di una dinastia di pasticceri, vicepresidente dell’Associazione pasticceri di Torino e provincia, Fabrizio Galla, eletto pasticcere dell’anno nel 2020 dall’Accademia Maestri Pasticceri Italiani, Atenaide Arpone, responsabile di Italian Gourmet, il giornalista Leo Rieser, responsabile eventi per Slow Food Piemonte e Valle d’Aosta, Andrea Maffia, responsabile ricerca e sviluppo Molino Casillo e Alessandra Giovanile, food & travel blogger per Ricettedicultura.com.

Il format “Una Mole di”, declinato negli anni in panettoni, colombe, pane e olio, è stato ideato nel 2012 da Laura Severi e Matilde Sclopis di Selerano.