

# **Gennaro Esposito: “Ricerca e avanguardia, con Città Alta nel cuore”**

È un rinomatissimo chef napoletano, diventato famoso al grande pubblico per la partecipazione a tanti programmi televisivi dedicati ai fornelli. Gennaro Esposito, classe 1970, si avvicina alla cucina da giovanissimo: dopo il diploma alla scuola alberghiera, comincia a studiare con Giancarlo Vissani, incontrato casualmente per i corridoi di Vinitaly. Lo chef umbro invita Gennaro a fare uno stage presso di lui: è la scoperta di un mondo nuovo, fatto di creatività. Poi il napoletano passa a lavorare nei ristoranti dell'alta cucina di Montecarlo e Parigi di Franck Cerutti e Alain Ducasse, imparandone i segreti. Decide di tornare nella sua terra per mettere in pratica gli insegnamenti acquisiti all'estero e, nel 1992, inaugura il ristorante La Torre del Saracino alla Marina di Seiano, frazione di Vico Equense, che conquista due stelle Michelin e tre forchette Gambero Rosso. Il suo talento è riconosciuto nel forte binomio tra veracità e innovazione. Ma Gennaro Esposito ha anche un passato e ricordi legati a Bergamo.

## **Esposito, quando ha vissuto a Bergamo e quali sono i suoi ricordi?**

Io e la mia famiglia abbiamo vissuto nel cuore di Città Alta, quando allora era considerata un sobborgo e il sogno dei bergamaschi era vivere nei palazzi, nei condomini. Eravamo emigranti, io ero un bambino e mio papà lavorava all'Italcementi. Non era facile integrarsi nel tessuto sociale, ma poi ricordo che ce ne siamo andati piangendo. Si era creata una bellissima chimica. Mia mamma, armata di coraggio e amore, cucinava tanto, per lei era un modo per farci sentire il calore in un momento difficile lontano da

casa e dai nostri cari. Ricordo i panini imbottiti che preparava a me e mio fratello e i panini dei nostri compagni.

## **E' stata sua mamma ad appassionarla alla cucina?**

Era una bravissima cuoca, come tante mamme, che ti emozionano con poco, anche solo un uovo e una lattuga, con quelle piccole dotazioni che riescono a rendere grande la cucina italiana, caratterizzata da prodotti semplici e interpreti che la rendono incredibile. Bastano fagioli, patate, cipolle e tanta intelligenza e abilità. La nostra è la cucina dei due dopoguerra, del poco e del sacrificio. Oggi deve essere recuperata nel segno della sostenibilità, del rispetto degli ingredienti e contro lo spreco.

## **A proposito, secondo lei, contano di più gli ingredienti o la fantasia e le idee?**

La buona tavola è una magia di tutte queste cose. C'è chi, con gli stessi ingredienti, prepara dieci piatti, chi non riesce a farne nessuno. I prodotti ti danno tanti spunti, però la tecnica, la conoscenza, la sapienza ti aiutano a dipingere degli acquerelli fatti di sapori meravigliosi.

## **Veniamo all'eterno dilemma: pasta liscia o rigata e perché?**

Viviamo nell'epoca delle percezioni e, a volte, questo porta a credere che la pasta rigata trattenga meglio il sugo. In realtà, la pasta rigata è imperfetta per sua natura perché il rigo, se lo guardiamo al microscopio, ha una punta e una base: quando le punte saranno cotte, la pasta all'interno sarà ancora cruda e quando le punte saranno perfettamente cotte, all'interno la pasta si sfalderà inevitabilmente nella salsa e appesantirà la magia dell'incontro della salsa con la pasta. E' come andare a un incontro galante con una bella donna, riempiendosi di profumo. Il troppo storpia, l'eccessiva presenza di amido rende tutto greve, meno elegante e più pesante.

## **Però, negli scaffali dei supermercati abbonda la pasta rigata, la liscia è quasi introvabile...**

Il supermercato compra quello che il consumatore vuole. Si è perso il ruolo della gastronomia e della salumeria, luoghi dove il cliente comprava ciò che veniva selezionato; il salumiere, da persona esperta e competente, ti avrebbe consigliato la pasta liscia, mentre nella grande distribuzione il tempo è poco, si asseconda il gusto, se ti lasci trasportare dalla corrente non ottieni niente di interessante. Oggi comanda la pubblicità che non ha nulla a che vedere con la qualità. Gli investimenti riguardano il target più ammiccante, lo spot più divertente o che resti più impresso.

## **Una influencer australiana ha scatenato una polemica per un menù "blind", ovvero senza i prezzi per le donne in un ristorante a Venezia, bollandolo come sessista. Cosa ne pensa?**

Abbiamo ereditato un catalogo delle buone maniere, lo stesso galateo oggi appare superato, anche se sono regole che hanno un loro fascino. Non ne farei una polemica, conoscere il prezzo è un'informazione che completa la visione di un ristorante, però, se invito una signora a pranzo o cena, vorrei farle capire che non voglio volgarmente mostrare quanto spenderò per lei, ma voglio semplicemente che si senta bene. Se andiamo io e lei a gustarci uno spaghetti in un locale la situazione è diversa e può starci che portino a entrambi il menù con i prezzi. Non esiste un modo, ma esistono tanti modi, purché abbiano a che fare con intelligenza, coerenza e un proprio modo di vedere la vita».

## **Ha cucinato per i Rolling Stones**

Sì tutto è nato in occasione del concerto evento al Lucca Summer Festival del 2017, quando ci siamo occupati della parte "family and friends". C'erano ospiti stravip come Madonna e

Vasco Rossi che assaggiavano i piatti del nostro brunch (in particolare ci chiesero un pasticcio di carne o shepherd's pie e della limonata). Mick Jagger, da divo quale è, non uscì dal camerino. A un certo punto, uno dei suoi assistenti gli portò, prima del concerto, un piatto con il mio risotto agli agrumi, zafferano, gamberi e salsa al finocchietto. Quando iniziò il live e i fan si scatenarono sotto le note della storica rock band inglese, mi avvicinò un collaboratore dei Rolling Stones, domandandomi se avessi cucinato io il risotto. Venne da me con un tegamino con il coperchio, tipo schiscetta, chiedendomi quanto ci volesse per ripetere il piatto, risposi 20 minuti. Allora mi disse: "Quando sentirai "I can't get no satisfaction", la quart'ultima canzone, vai a prepararlo perché il signor Jagger vuole portarselo via e gustarselo durante il viaggio". Ha voluto una vaschetta da tre porzioni, la band era rimasta talmente soddisfatta che ha voluto, quest'anno, fortemente ripetere il servizio di catering.

### **Chi le piacerebbe avere come ospite nel suo ristorante? E cosa gli preparerebbe?**

Avevo promesso a Gualtiero Marchesi di cucinargli uno spaghetti alle vongole in bianco e, quando ci sentivamo al telefono, continuavamo a fare tutta una serie di teorie su come andava fatto e cosa bisognasse evitare di fare, perché è un piatto di grande semplicità e di una raffinatezza estrema. Mi dispiace moltissimo non esserci riuscito. Sarebbe stata un'occasione piacevole. Resta, per me, un grande rimpianto.

### **Lei è stato giudice di "Junior MasterChef Italia", "Cuochi d'Italia", "Piatto Ricco", conquistando con la sua simpatia il grande pubblico. Quando la rivedremo in tv?**

Dico solo che ci sono diversi progetti, ma mi va anche bene dedicarmi di più al mio ristorante.

## **Qual è il piatto di Gennaro Esposito da provare almeno una volta nella vita?**

Adoro la ricerca, l'avanguardia, la tecnica. Mi piace provare accostamenti diversi, anche con gusti a volte estremi, non "diritti". Ma ho anche un'anima tradizionale che mi scalda tanto, ho un posto nel mio cuore, dove conservo gelosamente le mie visioni di come si interpreta la tradizione, ho sempre provato a migliorarla anche di un millesimo perché mi diverte centrare il gusto primordiale di una ricetta. In tal senso, se pensiamo alla tradizione, potrebbe essere la genovese, il ragù con cipolla e stracotto di carne, piatti che mi ha divertito tanto recuperare. E poi vale la pena sicuramente provare la zuppa di pesce "minestra di pasta mista" con crostacei e diverse varietà di pesce di scoglio, che quando la mangi ti sembra di averla già incontrata nella tua vita. Racconta il territorio, il pesce, la zuppa. Conquista il palato di un bambino come quello di un ottantenne. E tutti sono felici.

---

## **Join the club, prosegue il successo del format con tanto di cena in vigna**

*Esperti e liberi professionisti a confronto nelle stanze tematiche, dal metaverso a start-up e crowdfunding, da brand e digital identity a energia e fisco*

Join the Club, l'evento dedicato ai liberi professionisti bergamaschi e allargato anche agli imprenditori, replica il successo dello scorso anno, in una sede particolarmente suggestiva come quella di Villa Celinate a Scanzorosciate. Nel berceau dell'agriturismo, un'antica villa immersa nei vigneti,

si è svolta una serata di formazione ma anche di svago e incontro informale. L'approfondimento, suddiviso in "stanze" tematiche, ha radunato attorno a un tavolo quasi cento tra professionisti, imprenditori e relatori per un focus interattivo sugli argomenti di maggiore interesse e attualità per il mondo delle libere professioni: dalle opportunità offerte dal metaverso a donne e imprenditoria, da start-up e crowdfunding all'identità fisica e digitale, passando per brand e digital identity, oltre alla sostenibilità energetica e al rapporto con il fisco. Docenti universitari, media specialist, legali, manager e altri esperti di settore hanno affrontato, in un confronto aperto e diretto, i diversi temi in un contesto informale e spontaneo. In un'ora intensa di full immersion (mezz'ora per ogni "room") e scambio e confronto di idee, ogni professionista ha partecipato a due tra le otto stanze tematiche proposte, spostandosi da un tavolo all'altro.

L'evento, organizzato dal Gruppo Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo, è stato realizzato in collaborazione con Pro2B, il primo portale bergamasco che incrocia la domanda e l'offerta tra le prestazioni fornite dai liberi professionisti e le esigenze delle imprese.

«L'obiettivo è quello di continuare con eventi come questo ad agevolare il matching tra domanda e offerta -spiega Matteo Mongelli, presidente del Gruppo Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo-. Tra mondo delle imprese e lavoratori autonomi le relazioni continuano a essere fondamentali e in questo sta la forza del nostro gruppo, che sa trasformare le connessioni virtuali in veri e propri scambi di opportunità e di crescita professionale, creando una community operativa. Crediamo nell'importanza del network, base per la ripartenza, in un processo in cui i liberi professionisti sanno dare, con la loro molteplice e variegata esperienza tra diversi settori di business, un valore aggiunto». La crescita dei professionisti è continua, basti pensare che nei primi tre mesi dell'anno, in base ai dati della Camera di Commercio di Bergamo, si sono iscritti 1239 nuovi professionisti: una

crescita pari all'1,2% rispetto al 2021 per un peso sempre maggiore sul totale delle nuove partite Iva, di cui i professionisti assorbono il 41,1%. «Il percorso Confcommercio Professioni prosegue e viene costruito pezzo dopo pezzo in stretta collaborazione con le reti locali, offrendo una platea di professionisti motivata che intende rendersi riconoscibili al mercato – ha sottolineato la senatrice Anna Rita Fioroni, avvocato d'impresa presidente nazionale di Confcommercio Professioni-. È bello vedere un gruppo così coeso ed entusiasta come quello di Ascom Confcommercio Bergamo che con questo evento ha creato un format davvero interessante, da replicare anche in altri territori, con spunti di riflessioni stimolanti per il futuro». Luciano Patelli, vicepresidente vicario Ascom Confcommercio Bergamo ha sottolineato il valore di Join the Club: «L'anno scorso ho seguito da lontano e con interesse l'evento, ora sono contento di parteciparvi e di sentire tutta l'energia e la voglia di confrontarsi degli imprenditori». Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo, ha ribadito l'importanza del creare relazioni: «Abbiamo parlato e approfondito il metaverso, ma nulla potrà ancora sostituire lo scambio e il confronto diretto, specialmente con format che favoriscono il dialogo, in uno splendido contesto, tra un bicchiere di vino del territorio e una cena in vigna». La serata- trasmessa anche in diretta Facebook sulla pagina dedicata- è proseguita all'insegna della convivialità e dello scambio di idee tra la degustazione di un vino a metro zero, prodotto dall'azienda agricola Celinate, e specialità, con particolare attenzione ai prodotti locali, proposte a buffet, per poi rompere le righe con le danze con dj-set.

---

# Promoberg, Luciano Patelli designato presidente, Matteo Zanetti vice

*Nominato il nuovo consiglio d'amministrazione, manca l'assegnazione dell'incarico al nuovo amministratore delegato*

Con l'approvazione del Bilancio 2021, l'Assemblea dei soci di Promoberg ha nominato il nuovo Consiglio di amministrazione. Luciano Patelli, consigliere, è stato designato presidente. E' stato votato il nuovo consiglio di amministrazione che vede Matteo Zanetti vicepresidente e in consiglio Lorenzo Pinetti, Lorenzo Cereda, Giuseppe Cristinelli, Renato Giavazzi, Carlo Loffreda, Leone Algisi. "Ringrazio per il lavoro svolto il dottor Fabio Sannino, con cui ho condiviso le difficoltà e le soddisfazioni di questo triennio- ha commentato Luciano Patelli-. Sono contento di questa designazione e mi metto da subito al lavoro con grande responsabilità, impegno e condivisione".

Luciano Patelli, classe 1958, è titolare dell'omonima società attiva nei servizi immobiliari a Bergamo. Dal 2022 vicepresidente vicario di Ascom Confcommercio Bergamo, ricopriva già la

carica di vicepresidente dal 2018 ed è nel direttivo di Ascom dal 2009. E' membro del consiglio d'amministrazione di Fogalco Soc. Coop dal 2006. Da quest'anno Patelli è presidente di Asseprim

Bergamo, la nuova rappresentanza Ascom della realtà dei

servizi d'impresa. Dal 1995 è iscritto al ruolo periti ed esperti immobiliari della Camera di Commercio. Dal 2004 al 2017 è stato presidente Fimaa Confcommercio Bergamo; dal 2004 al 2016 consigliere regionale Fimaa e dal 2015 al 2017 coordinatore regionale Fimaa. Dal 2009 consigliere Regionale Confcommercio Lombardia, dal 2016 consigliere Confedilizia Bergamo. Dopo essere stato nominato nel 2019 vicepresidente, oggi è stato indicato dai soci come nuovo presidente di Promoberg, Società che gestisce la Fiera di Bergamo.



Nel presentare il **Bilancio 2021** e il **Piano di sviluppo 2022-2026**, Promoberg torna ad essere una società con uno stato patrimoniale solido (avendo ripristinato il patrimonio netto), un portfolio di manifestazioni fieristiche in parte già molto efficaci e con un concreto scenario di sviluppo per nuovi eventi anche dal profilo internazionale e nel settore congressuale e Mice (meeting, incentive, conferenze and exhibition).

Il Bilancio 2021 chiude con un utile di 1,2 milioni di euro. Al risultato della gestione contribuiscono in modo determinante i contributi pubblici ricevuti dalla società come ristori per compensare lo stop delle attività causato dalla pandemia da Covid-19.

Il Piano di sviluppo 2022-2026 – redatto con l'assistenza di PwC, primaria società di revisione e consulenza strategica alle imprese, approvato dal Consiglio di amministrazione di Promoberg e presentato quest'oggi ai soci di Promoberg e Bergamo Fiera Nuova, la società proprietaria del quartiere fieristico di via Lunga – vede la società tornare alle performance pre-pandemia nel 2024 (+676mila euro di differenza, tra ricavo e costo di produzione), utilizzando il 2022 (-233mila euro) e il 2023 (-536mila euro) per garantire gli investimenti necessari per tornare all'utile di bilancio negli anni successivi.

La previsione del Piano è arrivare nel 2026 ad un fatturato di circa 14 milioni di euro (dagli attuali 8 milioni di euro), con un tasso di crescita composto su base annua del 14%. Il Piano prevede anche l'inserimento di una nuova figura apicale nell'organizzazione della società, l'Amministratore delegato, che rappresenta un elemento di novità nella governance di Promoberg.

Il Bilancio 2021, il primo che Promoberg approva dopo la sua trasformazione in Srl, chiude con un utile netto di esercizio di 1.225.024 euro, contro una perdita di euro 938.846 dell'esercizio precedente, formatosi anche grazie alla contabilizzazione di contributi in conto esercizio per euro 2.650.664. Si tratta di un risultato che ha beneficiato, in modo straordinario, dei contributi statali e regionali di ristoro dei danni e delle perdite subite negli esercizi 2020 e 2021 a causa della pandemia.

La contabilizzazione dell'utile ha consentito di incrementare il patrimonio netto contabile della società (capitale sociale e riserve), portandolo dal saldo di euro 854.254 esistente al 31 dicembre 2020 a quello di euro 2.079.277 rilevabile al 31 dicembre 2021. L'utile di esercizio, derivando da utili formati con contributi pubblici, è stato accantonato a riserva indisponibile. Oltre ai contributi in conto esercizio sopra menzionati, la società ha potuto beneficiare nell'esercizio 2022 anche della definitiva assegnazione del finanziamento agevolato concesso da Simest di euro 2.508.618,25, già da questa deliberato nell'esercizio 2021, e la cui erogazione era subordinata al perfezionamento della trasformazione dell'ente associativo in società di capitali; trasformazione perfezionata in data 25/1/2022 con l'iscrizione presso il Registro Imprese della Camera di Commercio di Bergamo.

Sempre in tema di contributi, Promoberg incasserà nel corrente esercizio l'importo di circa 476mila euro a titolo di contributo in conto capitale a fronte del completamento degli investimenti effettuati a valere sul Bando Rilancio dei quartieri fieristici 2021. Investimenti iniziati

nell'esercizio 2021 e che hanno principalmente riguardato l'automazione del parcheggio di via Lunga, il rifacimento della pavimentazione dei padiglioni (ad oggi completati) e l'aggiornamento tecnologico del Centro Congressi e della Galleria Centrale della Fiera, in via di completamento nel mese di luglio.

Promoberg ha inoltre conseguito proprio pochi giorni fa l'aggiudicazione di un contributo di euro 650mila euro dal Ministero del Turismo in relazione ad un bando PNRR per l'efficientamento

energetico del Palacreberg (struttura comunale gestita da Promoberg) ed è in attesa di conoscere l'esito di un'altra domanda di contributo presentata sempre al Ministero del Turismo per la

realizzazione di una tettoia fotovoltaica in copertura del parcheggio antistante la Fiera.

Obiettivo del Piano di sviluppo 2022 – 2026 è consolidare le performance della società tornando all'utile di esercizio dall'anno 2024, arrivando nel 2026 ad un fatturato di circa 14 milioni di euro

(dagli attuali 8 milioni di euro), con un tasso di crescita composto su base annua del 14%. Per raggiungere questo risultato, il Piano individua 5 ambiti di sviluppo strategico e 26 linee guida.

I 5 ambiti – che si configurano come le aree in cui prioritariamente operare per ottenere i risultati previsti a Piano – sono:

1) L'ottimizzazione delle performance dell'attuale modello di business

2) Il consolidamento delle fiere di maggior successo e aggiornamento dei format delle manifestazioni più tradizionali o con performance migliorabili

3) L'organizzazione e sviluppo di nuove manifestazioni e format (con un'intensificazione del calendario fieristico B2C e B2B, con 10 nuovi eventi a portfolio avviati o da avviare e altri 3 di

impatto da ideare e/o acquisire nei prossimi 5 anni)

4) L'intensificazione dell'attività di internazionalizzazione (con manifestazioni esistenti o nuove, il rafforzamento del programma «incoming buyers» e dei servizi per la permanenza business e turistica)

5) L'ampliamento di nuove collaborazioni strategiche e strutturali con enti, associazioni, imprese pubbliche e private (tra cui Provincia e Comune di Bergamo, Camera di Commercio, Università di

Bergamo, mondo associativo ed economico).

Per raggiungere gli obiettivi, il Piano prevede oltre all'inserimento della figura dell'Amministratore delegato anche il rafforzamento della struttura professionale di Promoberg, portando nei prossimi cinque anni il numero dei dipendenti dagli attuali 15 alle 20 unità, con l'aggiunta di diverse e specifiche figure professionali.

## **Nuovo impulso alle fiere, puntando all'internazionalizzazione**

I risultati ipotizzati si potranno ottenere solo ampliando il calendario fieristico, sfruttando le potenzialità di alcune delle manifestazioni già in portfolio oltre che incrementando decisamente

l'attività congressuale.

Le manifestazioni fieristiche passano dalle 15 nel 2022 a 20 nel 2023 (nonostante la mancanza di IVS e B2Cheese, che hanno cadenza biennale); a 22 nel 2024 e a 23 nel 2025 e 2026. Oltre alle già

affermate Ivs e Creattiva, il Piano prevede uno sviluppo internazionale per altre fiere, iniziando da B2Cheese, la fiera dedicata alla filiera professionale del formaggio.

Il Piano di sviluppo 2022-2026 prevede una crescita significativa per l'attività congressuale di Promoberg che, si stima, possa raggiungere nel 2026 un fatturato di oltre 630mila euro (dagli attuali

260mila euro) con un tasso di crescita composto su base annua

di + 28%.

Promoberg punta, quindi, a potenziare decisamente le attività extra fieristiche, partendo da quelle congressuali e del settore Mice (meeting, incentive, conferenze and exhibition), candidando Bergamo ad avere un ruolo di rilievo nel settore: una nuova sfida per Promoberg, per potenziare un business che ha importanti margini di sviluppo e produce ricadute positive per tutta l'economia e la promozione del territorio, anche all'estero.

Promoberg ha le potenzialità per diventare un polo di coordinamento e gestione di più strutture congressuali, facendo leva su sinergie con poli quali Treviglio – a partire dalla Fiera della città – e

lo stesso Teatro Creberg (se sarà confermata la gestione a Promoberg).

Il Piano prevede anche una serie di possibili miglioramenti (upside) dei risultati presentati, ossia azioni non ancora quantificate nel documento – in quanto non corredate ad oggi da sufficienti o

solide informazioni disponibili –, ma che possono consentire un ulteriore sviluppo dei risultati previsti. Tra queste: collaborazioni con enti del territorio e/o di respiro internazionale per far

evolvere i format fieristici e attrarre nuove manifestazioni; avvio del nuovo business della gestione degli allestimenti; ampliamento del quartiere fieristico; riqualificazione energetica del polo fieristico, ...).

“Il Piano di sviluppo rappresenta non un punto di arrivo, ma un punto di partenza- ha sottolineato Fabio Sannino, nel lasciare l'incarico di presidente Promoberg-. La scelta di presentarlo sia ai soci di Promoberg che a quelli di Bergamo Fiera Nuova indica in modo chiaro una direzione ed un metodo: la strada del futuro della Fiera può e deve – per quanto possibile –

essere costruita insieme, puntando a quelle sinergie tra imprese, associazioni datoriali e istituzioni che – quando

perseguite con determinazione – mettono sempre la nostra città in grado di raggiungere obiettivi di assoluta eccellenza. Promoberg è partita da una riflessione su sé stessa, sulla propria capacità operativa e sulle proprie potenzialità di crescita e recupero di redditività. Abbiamo lavorato su uno scenario ottimistico, perché bisogna credere nelle proprie idee, ma bisogna essere consapevoli che i risultati attesi saranno raggiungibili solo con un intensissimo lavoro su tutti i fronti ed in un contesto di massima collaborazione associativa ed istituzionale”. Le difficoltà del momento post pandemico e lo scenario di grande incertezza verso il futuro hanno portato gli operatori fieristici ad accelerare i processi di aggregazione tra gli eventi del settore, riducendone il numero assoluto e rendendoli più partecipati e rappresentativi. “Promoberg, quindi, deve puntare a presidiare nuovi ambiti specialistici su cui il nostro ecosistema imprenditoriale può e deve dire la sua, a partire dai bisogni e dalle aspettative delle imprese. Per fare ciò, la figura di un Amministratore delegato è indispensabile per dare più respiro, anche internazionale, all’azione della società”. Il tema del dimensionamento del quartiere fieristico andrà affrontato con grande attenzione: ampliare il polo di Bergamo è operazione lunga, complessa e costosa: ma è una operazione possibile e, in prospettiva, necessaria per attrarre manifestazioni che necessitano di spazi espositivi più estesi, ma anche poter contare su spazi di compensazione per garantire allestimenti/disallestimenti di eventi contestuali o susseguenti. Per realizzare materialmente nuovi spazi occorre avviare sin d’ora un proficuo confronto con Bergamo Fiera Nuova, proprietaria del quartiere fieristico, e le Istituzioni del territorio. La relazione virtuosa con l’aeroporto di Bergamo può dare i suoi migliori frutti non solo nell’abbinamento all’attività fieristica, ma anche a quella congressuale. Bergamo, può e deve fare sistema per diventare in pochi anni un punto di

riferimento nel panorama nazionale del turismo congressuale ed avere un ruolo centrale nella attività di networking tra imprese e Pubblica Amministrazione”.

---

## **Rigenerazione urbana, convegno Fimaa il 6 luglio**

*A partire dalle 17 nel Teatro-Chiostro alle Grazie, in viale Papa Giovanni XXIII,13, i mediatori immobiliari incontrano architetti e costruttori*

“Rigenerazione urbana: un nuovo modo di abitare” è il tema scelto dagli immobiljaristi Fimaa Bergamo per il convegno estivo, in programma mercoledì 6 luglio, a partire dalle 17 nel Teatro-Chiostro alle Grazie, in viale Papa Giovanni XXIII,13.

Durante l’incontro i relatori faranno il punto su come poter rendere le città e i territori più sostenibili e a misura d’uomo, non senza uno sguardo all’andamento del mercato immobiliare nella Bergamasca.

Il convegno si apre con i saluti istituzionali di Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo e Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo. Al tavolo dei relatori si alterneranno ai microfoni Oscar Caironi, presidente Fimaa Bergamo, Marzia Pesenti, vicepresidente Ordine degli Architetti, Renato Guatterini, vicepresidente Ance e Luca Dondi Dall’Orologio, ad Nomisma – Osservatorio Immobiliare. Dopo le 19, orario previsto per la chiusura del convegno, spazio a un momento di confronto informale e conviviale con un aperitivo.

“Il Pnrr ha dato impulso a opere pubbliche e infrastrutture,

di cui beneficeranno sia la città che la provincia - sottolinea Oscar Caironi, presidente Fimaa Bergamo -. Il mercato immobiliare asseconda questa tendenza: ci auguriamo di poter chiudere un altro anno come il precedente, con 749mila compravendite, anche se temiamo un rallentamento per effetto dell'aumento dei tassi e la conseguente diminuzione del potere d'acquisto delle famiglie. Il tema della rigenerazione urbana è di grande interesse e valore per un'accurata progettazione e cura nella realizzazione di spazi abitativi: per questo abbiamo fortemente voluto un confronto tra le tre categorie, dagli architetti ai costruttori ai mediatori immobiliari, per rimodulare le esigenze di spazi urbani sempre più belli e funzionali da vivere e da abitare".

Per informazioni: 035.4120135 mail: [fimaa@ascombg.it](mailto:fimaa@ascombg.it)

---

## **Join the club, martedì 5 luglio cena informale e tanti contenuti in dieci stanze tematiche**

*Metaverso, tecnologie informatiche, crowdfunding, identità fisica e digitale, sostenibilità energetica e rapporto con il fisco, sono alcuni dei temi delle stanze tematiche* Torna Join the Club, l'evento dedicato ai liberi professionisti bergamaschi e allargato quest'anno anche agli imprenditori. L'appuntamento è per martedì 5 luglio a Villa Celinate a Scanzorosciate (dalle ore 19.30): una serata di formazione ma anche di svago e incontro informale, che consentirà di generare nuovi contatti e opportunità di crescita

professionale tra liberi professionisti e mondo delle imprese.

L'evento, organizzato dal Gruppo Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo, sarà realizzato in collaborazione con Pro2B, il primo portale bergamasco che incrocia la domanda e l'offerta tra le prestazioni fornite dai liberi professionisti e le esigenze delle imprese.

Il programma prevede l'approfondimento, suddiviso in "stanze", dei temi di maggiore interesse e attualità per il mondo delle libere professioni: dalle opportunità offerte dal metaverso alle tecnologie informatiche, dall'importanza dell'offline a donne e imprenditoria, da start-up e crowdfunding all'identità fisica e digitale, passando per brand e digital identity, oltre alla sostenibilità energetica e al rapporto con il fisco. Docenti universitari, media specialist, legali, manager e altri esperti di settore affronteranno i temi a cuore dei professionisti in un contesto informale e spontaneo, in un confronto aperto e diretto. Ogni professionista potrà iscriversi e seguire due stanze tematiche, in un'ora intensa di full immersion (mezz'ora per ogni "room") e scambio e confronto di idee. A seguire una cena in vigna con prodotti tipici e dj-set per chiudere la serata.

«L'obiettivo è agevolare il matching tra domanda e offerta - spiega Matteo Mongelli, presidente del Gruppo Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo-. Tra mondo delle imprese e lavoratori autonomi le relazioni continuano a essere fondamentali e in questo sta la forza del nostro gruppo, che attraverso eventi come "Join the club", che lo scorso anno ha visto oltre cento partecipanti, sa trasformare le connessioni virtuali in veri e propri scambi di opportunità e di crescita professionale. L'obiettivo è creare una community operativa». La crescita dei professionisti è continua, basti pensare che nei primi tre mesi dell'anno, in base ai dati della Camera di Commercio di Bergamo, si sono iscritti 1239 nuovi professionisti: una crescita pari all'1,2% rispetto al 2021 per un peso sempre maggiore sul totale delle nuove partite

Iva, di cui i professionisti assorbono il 41,1%. «Rappresentiamo una platea variegata di imprenditori che spazia dai professionisti del digitale e del web marketing agli operatori dello sport, del benessere, dagli organizzatori eventi a consulenti commerciali e agenti -afferma Mongelli-. Con eventi come questo vogliamo fare sempre più rete e aprire il confronto su temi estremamente attuali e strategici per i professionisti, in grado di abbracciare le diverse esigenze e di accrescere in modo trasversale le nostre competenze».

L'evento sarà trasmesso in diretta sulla pagina Facebook di Ascom Confcommercio Bergamo.

Per informazioni e richieste di partecipazione [consulenza@ascombg.it](mailto:consulenza@ascombg.it). Il costo per partecipare (comprensivo di cena) è di 35 euro. Ogni professionista potrà iscriversi a due stanze tematiche.

---

## **Saldi al via, 228 euro la spesa stimata a famiglia per un indotto di 70,9 milioni di euro**

*Tagli ai prezzi dei cartellini progressivi. Occasione per fare buoni affari in vista degli annunciati aumenti delle prossime collezioni*

Conto alla rovescia per la partenza dei saldi estivi, sabato 2 luglio. Fino al 30 agosto a Bergamo e nel resto della Lombardia sarà possibile acquistare capi e accessori moda

primavera-estate a prezzi scontati. Il clima, con temperature elevate e solleone, incentiva lo shopping di stagione. E, in vista degli annunciati aumenti da parte dell'industria della moda dei prezzi a catalogo nei prossimi mesi (si stima un ritocco al rialzo del 10-12% in media con punte fino al 20%), si possono fare affari ancora più interessanti, senza indecisioni e tentennamenti nello shopping d'occasione.

Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia spenderà in media 202 euro – pari a 88 euro pro capite – per un valore complessivo di 3,1 miliardi di euro. 15,4 milioni di famiglie italiane non rinunceranno allo shopping d'occasione. Il dato è in aumento rispetto allo scorso anno, grazie anche al ritorno del turismo nazionale e internazionale.

**Le previsioni a livello locale di Ascom Confcommercio Bergamo** sono leggermente al di sopra della media nazionale, con un budget pari a 228 euro, per una media pro-capite pari a 97,50 euro per un valore complessivo di 70,9 milioni di euro. Il 66% delle famiglie bergamasche (310.200 su 470mila totali, dato Istat) acquisteranno articoli in saldo. *“I dati confermano una voglia di fare acquisti da parte dei consumatori- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Dopo lo choc dei primi mesi dell'anno dovuti alla guerra e al rincaro energetico, le vendite stanno recuperando. I problemi certamente persistono, ma i bergamaschi, come testimonia la ripresa dei consumi fuori casa, vogliono tornare a uscire e fare acquisti. Ci aspettiamo un luglio e agosto buoni e confidiamo, non senza qualche preoccupazione, in una tenuta per settembre”.*

Le aspettative da parte dei commercianti sono alte, anche se pesa sempre più la concorrenza senza regole di promozioni e sconti, vietati come impone la legge regionale, nei trenta giorni antecedenti i saldi. *“Su internet la deregulation è totale e la concorrenza sleale dell'online pesa sempre più sulle attività tradizionali, senza contare che i colossi del*

*web hanno beneficiato di un'importante rendita di posizione. C'è molta attesa per l'attuazione degli accordi per la global minimum tax- commenta **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo-. Promozioni e perfino Black Friday estivi stanno impazzando ovunque, a scapito di chi segue e rispetta le regole e dell'attesa stessa di quello che è sempre stato un appuntamento sentito come la partenza dei saldi".*

*I tagli ai prezzi dei cartellini saranno come gli altri anni progressivi: dal 20-30% iniziale fino al 40%. Da anni la maggior parte dei commercianti invoca un cambio di data per le svendite che, per loro stessa definizione, sono nate per essere "di fine stagione": "Il tema è complesso, perché è inutile rinviare i saldi se si parte prima con gli sconti - continua Pedrali-. Dopo anni di dibattito si era arrivati alla definizione di una data unica nazionale di partenza dei saldi per mantenerne l'appeal e tutelare le attività, ma il calendario perde di valore se non si rispetta il codice del consumo".*

### **Andamento delle vendite positivo negli ultimi due mesi**

L'avvio dell'anno non è stato dei migliori, come evidenziano i più recenti dati Federmoda (-9% a gennaio rispetto allo stesso periodo del 2021, seguito da -16,3% a febbraio e -4,5% a marzo), ma aprile e maggio, anche se ben distanti dai dati pre-covid, segnano un rapido recupero: +3,5% ad aprile e +5,7% a maggio, ritenuto dal 59% degli intervistati un mese positivo.

Il 78% dei commercianti non ha effettuato vendite online o a domicilio e la maggioranza di chi ha optato per e-commerce, il 68%, non ha superato il 5% del fatturato. La percentuale di imprese che ha scelto di affiancare le vendite online all'attività tradizionale è passata dal 14,4% del 2019 al 51,2%. Instagram è tra i canali di promozione emergenti (30,3%), seguito da sito web (21,2%), whatsapp (16,7%),

facebook (13,6%), piattaforme aggregatrici (9,1%).

## **LE REGOLE FEDERMODA PER SALDI CHIARI E SICURI**

**CAMBI** La possibilità di cambiare il capo acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante. Tuttavia, se il prodotto è danneggiato o non conforme (ex artt. 130 e ss. d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo e successive modificazioni) scatta l'obbligo per il negoziante di riparazione o sostituzione entro un congruo periodo di tempo e, nel caso ciò risulti impossibile o se i costi che il venditore dovrebbe sostenere siano sproporzionati: riduzione o restituzione del prezzo pagato. Il compratore è tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

**PROVA DEI CAPI** Non c'è obbligo. È rimessa alla discrezionalità del negoziante (Non sono più previsti obblighi di effettuare la prova dei prodotti previa disinfezione delle mani e di utilizzo delle mascherine, anche nei camerini).

**PAGAMENTI** Le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante. Da domani, 30 giugno 2022, per chi non accetta pagamenti con bancomat e carta di credito (ex art. 18 del Decreto Legge n. 36 del 30 aprile 2022) scatteranno le sanzioni (pari ad una quota fissa di 30 euro cui va aggiunta una quota pari al 4% del valore della transazione rifiutata).

**PRODOTTI IN VENDITA** I capi che vengono proposti in saldo devono avere carattere stagionale o di moda ed essere suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo

**INDICAZIONE DEL PREZZO** Obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita e la percentuale di sconto (In altre regioni è richiesta anche l'indicazione del prezzo finale)

**MODIFICHE SARTORIALI** In caso di modifiche e/o adattamenti sartoriali alle esigenze della clientela (es. orli, maniche,

asole) il costo è a carico del cliente, salvo diversa pattuizione. Va data preventiva informazione al cliente.