

Natale, solidarietà a Gaza, Mozambico e Brasile. Manotesa anche a Siria e Marocco

Al via la nuova campagna che da vent'anni vede l'impegno di Ascom, Centro Missionario Diocesano e Websolidale Onlus

Si colloca in questo tempo particolare, e si inserisce nel contesto del cammino ecclesiale italiano, la nuova campagna per un Natale di solidarietà, promossa da Centro Missionario Diocesano, Ascom Confcommercio Bergamo e Websolidale onlus. Quest'anno si raggiunge la ventesima edizione.

L'attenzione verso il mondo della fragilità e della povertà sono al cuore di questa campagna finalizzata in special modo al sostegno di tre progetti missionari: uno a Gaza, in Terra Santa, a favore delle famiglie, dei bambini e della popolazione più fragile che, nella striscia di Gaza sono le vittime della guerra; uno in Brasile a favore delle Suore Figlie del Divino Amore che a Gamaleira hanno costituito un



dopo scuola per i figli delle famiglie più povere; uno in Mozambico. Con la Sacra Famiglia" per sostenere la conclusione della costruzione di un asilo per i bambini delle famiglie meno abbienti. A questi tre progetti se ne affianca un quarto: un aiuto concreto per

esprimere la nostra vicinanza alle popolazioni di Siria e Marocco duramente colpite dai devastanti terremoti dei mesi scorsi. Numerose le iniziative volte al sostegno di questi progetti: in primis il testimonial dell'iniziativa, il kit con 4 tovagliette realizzate in tessuto aguayo da un Club de Madres di Potosì, in Bolivia: condividere il pasto è certamente uno dei momenti più significativi dell'esperienza

umana; per i cristiani richiama il banchetto Eucaristico, al quale tutta l'umanità è invitata.

Nel cuore della Campagna è collocato il concerto di Natale, occasione preziosa per far giungere a tutti i missionari gli auguri natalizi. Il concerto sarà il 14 dicembre alle ore 20.45 presso l'Auditorium del Seminario Vescovile di Bergamo e sarà affidato ai giovani della band del The Sun, un gruppo rock cristiano italiano. Nel contesto del Concerto il riconoscimento del Premio Papa Giovanni a tre missionari bergamaschi.



L'acquisto del biglietto per la partecipazione al concerto è possibile attraverso il seguente link: <https://ticket.midaticket.it/DiocesiBergamo/Events>.

Molto partecipato, grazie alla collaborazione dell'Ufficio scolastico provinciale, dell'Ufficio Diocesano della Pastorale Scolastica e dell'Ufficio Pastorale dell'Età Evolutiva, il concorso artistico per le scuole di ogni ordine e grado e per oratori e parrocchie. Gli elaborati dei ragazzi che diventano cartoline solidali sono disponibili alla spedizione attraverso il sito www.websolidale.org. Per ogni cartolina spedita, 1 euro ai progetti. Anche la festa di Santa Lucia diventerà per i bambini che vanno a portare la letterina alla Santa, occasione di solidarietà per il progetto della Terra Santa: una cartolina dedicata sarà lo strumento per far giungere ai bambini della Terra Santa una letterina per Natale.

Ecco altre iniziative che costelleranno la campagna arricchendola di significato: giovedì 7 dicembre alle 20.45 presso la Chiesa di Monterosso in città presentazione del progetto del Brasile nell'ambito del concerto dell'orchestra d'archi "La nota in più". Sabato 9 dicembre alle 20.45 presso il Tempio Votivo della pace in Santa Lucia (via Statuto) elevazione musicale e preghiera per la pace in Terra Santa; accompagneranno la preghiera il coro "Gli Harmonici" e il coro "San Giovanni Battista" di Stezzano.

Domenica 17 dicembre alle 17.00 nella Chiesa dell'Incoronata di Martinengo, nell'ambito dell'Elevazione musicale proposta dal coro "Nuove armonie" della scuola della Sacra famiglia, presentazione del progetto del Mozambico.

Forum Impresa Cultura Italia. Imprese alla prova di innovazione e svolta AI

Il rapporto tra cultura e intelligenza artificiale, reale e virtuale, al centro della terza edizione del dibattito Confcommercio

Si è svolta a Bergamo la terza edizione del Forum Impresa Cultura Italia – Confcommercio, il coordinamento che dà voce unitaria alle imprese culturali e creative all'interno di Confcommercio-Imprese per l'Italia. Tema di questa edizione è il rapporto tra Innovazione e impresa culturale. Guido Di Fraia, Prorettore all'Innovazione e intelligenza artificiale università IULM: "Viviamo il tempo dell'intelligenza artificiale generativa. Si tratta di un cambiamento forte, di quelli che sono successi pochi nella storia dell'umanità, perché l'AI ci sta dando la possibilità di modificare i modi in cui l'umanità reagisce e ottiene le informazioni. È una tecnologia che è destinata ad evolversi infinitamente. Lo sviluppo delle AI ci costringe ad interrogare sulle nostre capacità tipiche: infatti, alcune macchine presentano delle proprietà emergenti, cioè fanno delle cose per cui non erano programmate inizialmente. Ciò vuol dire che siamo alle soglie di una rivoluzione straordinaria che offre infinite possibilità: ma tale cambiamento va colto subito e con

consapevolezza, altrimenti rischiamo di essere residui sulla spiaggia". Ilde Forgione, esperta di comunicazione in ambito culturale ha aggiunto: "Sappiamo che reale e virtuale sono sempre più connessi, non ci sono più esperienze nel reale che poi non abbiano delle ripercussioni anche nel digitale. Sempre meno giovani si avvicinano alla cultura 'alta', per cui è necessario intercettare i giovani fruitori in un altro modo, e i social ci possono aiutare. L'innovazione che stanno portando avanti i musei è quello di avere un approccio non solo educativo ma che comunichi a più livelli. Tutti i luoghi della cultura possono parlare linguaggi diversi: lo strumento tecnologico veicola il messaggio in più modi. Questa forma è definibile con il termine 'edutainment'." Carlotta Sanzogni, Digital Advisor, Responsabile Social Media e Pubbliche Relazione di Gruppo Libraccio: "Parto da un dato: il 61% della popolazione italiana non legge. Ho deciso di trasferire questo dato nella comunicazione di Libraccio. Abbiamo deciso di trovare i modi per prenderci cura dei nostri lettori e convincere nuovi fruitori ad entrare nella nostra community utilizzando i nuovi strumenti. Abbiamo cominciato a lavorare sui social, dando contenuti che intrattengano il pubblico, oltre ad elaborare tante iniziative dedicate ai nostri target specifici." Francesca Bazoli, Presidente di Fondazione Brescia Musei: "La nostra realtà pubblico-privata gestisce tutti i musei civici di Brescia. Chi gestisce i musei sta seguendo un mandato per conto della comunità. Nel corso del tempo siamo passati dall'idea di conservazione a quella di fruizione, mentre oggi si sta facendo sempre più forte l'idea della partecipazione. Il museo è un luogo in cui si può attuare una partecipazione attiva. Così il museo deve diventare un luogo di welfare, e dobbiamo capire in che modo farlo. Cerchiamo di ampliare il più possibile i luoghi in modo da creare l'affezione e rendere così il museo un luogo familiare." Fabio Viola, Gamification Designer e Presidente Tuo Museo: "I luoghi culturali dovrebbero considerare Minecraft, Spotify e Netflix sia dei competitor che delle piattaforme a cui ispirarsi, non più un museo ma un museo con delle piattaforme. I luoghi

culturali stanno soccombendo sulla capacità di raggiungere e intrattenere pubblici. Fatichiamo a vederli come luoghi memorabili e coinvolgenti e la maggior parte delle persone investe il proprio tempo libero sulle piattaforme. Alcuni reputano che la risposta sia nella digitalizzazione, cioè inserire un contenitore in un altro contenitore. Ma i risultati non sono efficaci. È necessario lavorare sull'intersezione tra gamification e i luoghi culturali: non più un'esperienza digitale rinchiusa all'interno del museo, bensì portare il museo fuori dal museo. La possibilità di godere un museo da remoto e solo entrando nel museo avere la possibilità di sbloccare contenuti aggiuntivi. Cosicché il digitale servirà a preparare la visita. Un'altra tematica è quella di incentivare il turismo videoludico: ad esempio Mario Kart ha deciso di ambientare uno dei suoi tracciati proprio a Roma. Tutti questi progetti hanno come filo comune quello di spostare l'asset da spettatore a spett-attore: il fruitore deve essere sfidato durante la visita perché solo impegnandosi, diventando partecipativo, riesce ed essere maggiormente coinvolto." Cristina Paciello, head of STEP FuturAbility District di Fastweb: "Fastweb ha deciso di fare qualcosa per la comunità, partendo anche dal digital divide. Abbiamo voluto creare un luogo aperto alla città per parlare di futuro, così è nato STEP. Il visitatore diviene un attore consapevole che fa delle scoperte attraverso degli strumenti digitali. STEP non è né museo né una fondazione: è uno spazio di connessione con il futuro. Per un'ora sei assorbito da un percorso interattivo che ha come obiettivo quello di darti spunti sul domani. Sono delle tecnologie che supportano la visita e coinvolgono il visitatore alla scoperta del mondo." Il Forum di Impresa Cultura Italia – Confcommercio ha dedicato la seconda e ultima giornata di incontri e discussioni sulla relazione tra impresa culturale e innovazione digitale. Ad aprire la giornata Laurence M.C. Aliquot, Responsabile promozione, marketing e partnership culturali, Direzione centrale Arte, Cultura e Beni Storici di Intesa Sanpaolo, che ha raccontato dell' "impegno e dell'importanza che Intesa

Sanpaolo pone riguardo all'arte, alla cultura con una particolare attenzione alle tematiche ESG. Le Gallerie d'Italia sono sedi museali che il gruppo ha deciso di aprire offrendo al pubblico il proprio patrimonio di opere d'arte composto da oltre 35 mila pezzi, promuovendo mostre internazionali che prendo avvio da progetti scientifici originali". Si entra poi nel pieno degli interventi con Rudy Zanchi, Innovation manager bergamasco e ideatore del progetto culturale "Di famiglia in famiglia": "L'idea è nata per fare qualcosa per il territorio bergamasco partendo dalla famiglia come nucleo fondante sia a livello territoriale che culturale. Abbiamo coinvolto 26 comuni e abbiamo provato a risolvere il problema delle dimore storiche inaccessibili. Abbiamo proposto delle visite virtuali, creando anche dei veri e propri itinerari fruibili attraverso lo smartphone. In questo modo abbiamo potuto portare ad un pubblico più ampio realtà nascoste anche nei piccoli comuni." Massimo Berdondini, libraio titolare di Alfabeta, libreria di Lugo, Ravenna, ha raccontato l'importanza dei social a seguito dell'alluvione che ha distrutto la sua libreria: "A causa dell'allagamento, molti libri erano illeggibili, e abbiamo deciso di aprire un mercatino dei libri rovinati per poter autofinanziarci per ripartire. La storia ha avuto un successo fortissimo sui social, abbiamo venduto talmente tanto e ci ha dato la possibilità di credere di una rinascita. Questa è stata l'occasione di ricominciare con idee nuove. Il crowdfunding è stato importante perché ha raccontato una realtà che non conoscevamo". Successivamente, Michela Arnaboldi, Responsabile Scientifico Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano e Samanta Isaia, Direttore gestionale del Museo Egizio di Torino, hanno analizzato il tema delle Luci e ombre nella nuova era digitale. Arnaboldi: "Parliamo del 2022. L'offerta culturale digitale dei musei è bassa: il 49% delle istituzioni culturali investe grandissime somme sul digitale, contro un alto 14% che non investe assolutamente. Dall'altro lato, il 68% dei visitatori apprezza un supporto nella visita; nello specifico,

il 27% apprezza l'audioguida, il 29% la guida fisica, il 13% il touch screen. Si evidenzia che chi usa gli audiovisivi è più soddisfatto. Il 71% dei musei ha un sistema di ticketing; il 46% offre ticketing online, il 57% offre la possibilità di saltare la coda. Il 77% dei biglietti vengono venduti in loco, nei teatri invece il 77% è venduto online. L'84% delle istituzioni culturali effettua una raccolta dei dati digitali dei propri visitatori, anche per indirizzare la strategia. Tali dati, però, non sono gestiti internamente (il 47% non ha personale interno con competenze digitali): ci si avvale di professionisti esterni. Per quanto riguarda i visitatori, lo strumento più utilizzato per cercare ispirazione per la visita è il motore di ricerca, scelto dal 40% degli intervistati. Solo il 9% va sul sito della destinazione. Per quanto riguarda l'offerta di servizi/contenuti online, il 28% offre tour e visite guidate, il 22% laboratori di didattica online, il 21% workshop divulgativi. Ma bisogna tenere ben presente che l'85% degli internet user non utilizza assolutamente strumenti culturali online. Quindi bisogna fare attenzione su cosa investire nel momento della digitalizzazione." Isaia: "Attraverso l'esistenza di un nuovo strumento di gestione, il museo è stato in grado di raccontarsi attraverso strumenti nuovi. Una delle nostre iniziative più interessanti è stata l'Archeologia invisibile, una mostra virtuale che ha permesso ai visitatori di conoscere dati nascosti. Una collezione invisibile agli occhi, ma visibile attraverso lo strumento digitale, e abbiamo creato uno storytelling che vanno ad impattare un nuovo pubblico, coloro che possono essere interessati ad un nuovo strumento di visita. Se nel 1824 tutta la collezione era catalogata a mano, solo nel 2021 si è capito che era necessario passare al digitale efficace: sistema informatico museo egizio (SIME). I nostri informatici sono delle aziende esterne, quindi spesso è difficile parlare quotidianamente linguaggi diversi. Abbiamo, quindi, capito che è necessario creare un dipartimento IT interno, così da inserire queste professionalità all'interno dell'organigramma."

Alberghi: decreto sugli affitti brevi ed emergenza ricerca personale

Nell'incontro in Ascom illustrate alcune novità per il settore, dalla stretta Airbnb alla normativa degli imballaggi, al possibile aumento della tassa di soggiorno nel 2025



La ricerca e gestione del personale, la concorrenza sleale, le nuove normative, ma non solo. Sono questi i temi al centro dell'incontro organizzato da Ascom Confcommercio Bergamo, ieri, 21 novembre. L'incontro, dal titolo "Ospitalità. Verso il 2024, quali prospettive?", ha avanzato alcune proposte e soluzioni ai diversi problemi che ogni albergatore è chiamato ad affrontare. Alessandro Capozzi, presidente gruppo Albergatori Ascom Confcommercio Bergamo ha fatto il punto su un anno record ma che presenta ancora criticità e difficoltà per le imprese, tra tassi di interesse alle stelle e difficoltà a trovare personale: "Chiudiamo un anno eccezionale, ma per le nostre imprese, particolarmente indebitate dalla pandemia, è sempre più faticoso trovare un punto di equilibrio e sostenibilità, con i rincari energetici prima (con una media di maggiorazione costi del 30%) e con i continui rialzi dei tassi. Senza parlare dell'emergenza personale. Trovare un portiere di notte è praticamente impossibile e prosegue la fatica nel trovare valide risorse in qualsiasi campo". Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo ha illustrato le principali novità per il settore. Tra queste, preoccupa la possibilità di

innalzare nel 2025, in occasione del Giubileo, la tassa di soggiorno di 2 euro, in tutti i comuni italiani: "Il gettito d'imposta può finanziare anche i servizi di smaltimento rifiuti imputabili ai turisti, che specialmente a Roma sta diventando un vero e proprio problema, ma per i turisti la tassa viene già versata dagli alberghi, con la Tari parametrata per mq delle camere degli hotel- ha sottolineato Fusini-. Non vorremmo che sia l'ennesimo balzello richiesto e ci auspichiamo a maggiori entrate nelle casse delle amministrazioni comunali per imposte turistiche corrispondano maggiori investimenti per incentivare le presenze e le visite". C'è grande attesa anche per il decreto sugli affitti brevi: "La Legge di bilancio in commissione dovrebbe prevedere un innalzamento al 26% della cedolare secca (anziché al 21%) a partire dal secondo appartamento in affitto- ha sottolineato Fusini-. Ma è una stretta che non è certo risolutiva a favore delle locazioni residenziali. In città trovare un appartamento in affitto, unica opzione per chi non può accendere o sostenere le rate di un mutuo, sta diventando un'impresa". Tra le novità per la categoria, anche la nuova revisione del regolamento europeo sugli imballaggi (schema di modifica del regolamento UE 2019/1020 e di abrogazione della direttiva 94/62) e il conseguente divieto di immissione sul mercato di imballaggi monouso, tra cui i prodotti di igiene e i kit di cortesia negli alberghi per igiene e prodotti cosmetici. "Un punto su cui Federalberghi e Confcommercio stanno lavorando a tutela degli hotel e delle loro imprese". Gabriele Cartasegna, direttore generale CAPAC Milano-Politecnico del commercio e del turismo, ha fatto il punto sulle difficoltà nel trovare personale e sulla formazione, fondamentale come l'affiancamento e la presenza in aula di docenti imprenditori pronti a trasmettere l'entusiasmo per il lavoro svolto. Gloria Cornolti, responsabile Turismo, Cultura, Sviluppo territoriale Provincia di Bergamo e Mina Ubiali, Gestione flussi turistici Servizio Turismo Provincia di Bergamo, hanno invitato l'importanza di comunicare i dati sugli ospiti delle strutture attraverso il sistema di gestione

riservato alle strutture ricettive lombarde per ottemperare agli obblighi statistici (la piattaforma ROSS1000). “Un software che spesso fa dannare gli hotel, tra problemi informatici e altri disguidi” come non ha nascosto Alessandro Capozzi, ma che rappresenta dal 2015 lo strumento di riferimento voluto da Regione Lombardia per misurare i flussi turistici. Il problema è evidente dai dati: “Su 247 strutture alberghiere bergamasche il 15 % delle strutture presenta mancate comunicazioni- sottolinea Gloria Cornolti-. E’ fondamentale che ognuno dia il proprio contributo per inviare mensilmente, entro il giorno 5 del mese successivo, i dati mensili e comunque entro e non oltre, come termine ultimo per non incorrere in sanzioni, il 28 febbraio dell’anno successivo”. Christophe Sanchez, amministratore delegato Visit Bergamo e Francesco Traverso, Ceo di H Benchmark, piattaforma di Hospitality Data Intelligence, si sono focalizzati sul valore dei dati per ottimizzare l’offerta turistica degli alberghi, rapportati al proprio territorio. L’anno della capitale è da incorniciare per il turismo, come ha sottolineato Sanchez, senza tuttavia trascurare l’equilibrio tra residenti e visitatori: “Bisogna difendere le città, compresa Bergamo, dall’ esplosione fuori controllo del fenomeno Airbnb. Se si crea uno squilibrio, questo va risolto, anche se meglio sarebbe prevederlo. Alzare livello professionalità ricettività extralberghiera andando a rispettare standard più elevati, come propone Ascom nel suo progetto, rappresenta un’opportunità per il territorio e la sua ospitalità. Nel 2018 abbiamo promosso l’Accademia dell’accoglienza per l’inserimento lavorativo di stranieri. Di quei 40, 39 hanno contratto indeterminato e 12 lavorano nel turismo”. E per migliorare le performance e la gestione manageriale degli hotel Francesco Traverso ha illustrato la piattaforma H Benchmark con oltre 200 indicatori di performance utili, dalla redditività ai prezzi, all’occupazione, da confrontare con l’offerta turistica presente sul territorio per conoscere i prezzi medi del mercato per ogni tipologia di prodotto, sia con dati storici e

precedenti che previsionali. Diego Cantamessa, funzionario Fogalco, Cooperativa di Garanzia Ascom Confcommercio Bergamo, ha infine fatto una panoramica sulle opportunità e i finanziamenti per le imprese del comparto a disposizione.

Immobili, compravendite in calo con il rialzo dei tassi, ma il mercato tiene

Continua a crescere la richiesta delle locazioni e delle quotazioni. Commerciale: in crisi i negozi, in calo gli uffici, tiene il mercato dei capannoni Dopo due anni da record per il settore immobiliare, le compravendite segnano una battuta d'arresto (primi tre trimestri 2023), dopo il primo rallentamento registrato dall'estate del 2022 e accentuato alla fine dello scorso anno. Il calo, in linea con il dato nazionale, è dovuto all'aumento dei tassi di interesse dei mutui e alla maggiore difficoltà d'accesso al credito, con conseguente aumento della sfiducia delle famiglie, con conti in bilico tra inflazione e rincari. I prezzi tuttavia tengono, trainati principalmente dal nuovo che, a causa degli aumentati costi di costruzione, ha dovuto adeguare i prezzi, che sono cresciuti in tutte le aree, dal centro alla periferia alla provincia. Perdono valore i segmenti più datati: la speranza è che possano tornare ad apprezzarsi, a sostegno degli investimenti. Esplode il mercato delle locazioni, con la

ripresa del turismo e degli immobili destinati ad affitti brevi da un lato e con la crescita delle richieste da parte di chi rinvia l'acquisto casa per le maggiori difficoltà a sostenere mutui. I canoni di locazione sono ancora in crescita, sia in città che in provincia. Trovare un monolocale o bilocale in centro città e in Città Alta è diventata un'impresa. E i prezzi vanno per mono e bilocali dai 600 agli 800 euro mensili. Calano invece i canoni di locazione dei box, a seguito del calo della domanda; tengono invece i prezzi: si spendono anche 100mila euro per un box in Città Alta. Quanto al settore commerciale, calano ancora i prezzi di compravendita dei negozi (-3,3% in città e -4% in provincia) e anche di locazione (-4,2% in città e -4,8% in provincia). Fermo anche il mercato degli uffici, per cui prosegue la discesa dei prezzi sia di compravendita (-2,8% in città e -3,4% in provincia) che di locazione (-1,5% in città e -2,2% in provincia). Nei capannoni il mercato è trainato dalla logistica: i prezzi sono stabili, con una leggera crescita sia per la compravendita (+1,2%) che per la locazione (+1%). Sono queste le principali evidenze rilevate dalla 29a edizione del Listino dei prezzi degli immobili della Provincia di Bergamo presentata oggi da Fimaa, la Federazione Italiana Mediatori e Agenti d'Affari, aderente ad Ascom Confcommercio Bergamo. La pubblicazione è realizzata con Adiconsum, Ance Bergamo, Appe Confedilizia, Collegio dei Geometri e Geometri laureati di Bergamo, Consiglio Notarile di Bergamo, con il patrocinio di Provincia di Bergamo, Comune di Bergamo, Camera di Commercio di Bergamo e Università degli studi di Bergamo. Il volume rappresenta ormai un punto di riferimento per la compravendita di immobili residenziali, commerciali e per le locazioni, con quotazioni basate sui valori reali degli atti registrati in città e provincia negli ultimi dodici mesi. La nuova edizione pubblica i dati (aggiornati a ottobre 2023) dei prezzi degli immobili con relative mappe di tutte le aree cittadine e dei centri principali della provincia.

Residenziale: +1,8% in città, +1,2% in provincia. I prezzi continuano a tenere, nonostante il calo delle compravendite

I dati delle quotazioni, rispetto al 2022, rivelano ancora una crescita del prezzo degli immobili che consolida gli aumenti già registrati, nonostante si rilevi un'inversione di ciclo con una nuova dinamica di prezzi, mentre inizia a perdere nei segmenti più datati. La forbice si apre anche tra le diverse zone, con crescite in Città Alta, centralissimo di pregio e centralissimo(dove si spendono dai 5200 euro ai 6300 euro al mq), oltre che per gli immobili nuovi, in tutte le aree. La domanda si sta riposizionando anche sugli immobili recenti per l'elevato costo del nuovo. Infine, salvo le aree più qualitative, tornano a perdere valore gli immobili più datati per la fine dell'effetto bonus. I prezzi più significativi del nuovo vanno dai 3400 euro al mq nel quartiere Finardi ai 3600 euro al mq nella zona dell'Accademia Carrara (Via San Tomaso) , 4500 euro al mq in Via Statuto e zona Piscine, 4700 euro al mq in Via XX Settembre. I prezzi segnano ancora un valore positivo più importante nei centri principali, dove si registra un mercato più dinamico, meno nei comuni più piccoli. Tengono i valori del nuovo e dell'offerta di qualità. In provincia i prezzi più significativi al mq vanno dai 2300 euro in centro a Clusone ai 2500euro a Gorle, ai 2800 euro a San Pellegrino Terme, 2600 euro a Castione (Dorga e Bratto) ai 3mila euro di Treviglio. Sul lago, a Sarnico si spendono 3200 euro al metro in centro o con scorcio sul Sebino, 2800 euro a Lovere.

L'identikit della casa preferita dai bergamaschi

In generale la tendenza è verso case più piccole e più efficienti, per contenere spese e costi di manutenzione. Apprezzati i piano terra con giardino e i piani alti con terrazzi; richiesti dalle famiglie i doppi servizi e una stanza per ogni figlio. Ancora ricercata la presenza di uno studio riservato allo smart working o postazione pc. Il 39% si

orienta verso case tra i 100 e i 125 mq, il 34% da 70 a 100 mq (questa fascia di mercato evidenzia un calo del 5% rispetto allo scorso anno). Solo il 5% ricerca oltre 125 mq. Cresce del 4% la richiesta per immobili da 45 a 70 mq (che valgono il 17% del mercato); il 5% cerca abitazioni fino a 45mq.

Locazioni: prezzi degli affitti in crescita sia in città (+2,5%) che in provincia (+2,1%)

Come il mercato delle compravendite, anche quello delle locazioni sta rallentando, non per mancanza di domanda, ma per penuria di offerta. La forte ripresa dell'affitto turistico continua a mantenere bassa l'offerta di locazione a scopo abitativo, per cui la domanda cresce con il rialzo dei tassi di interesse e le maggiori difficoltà a sostenere mutui. E' l'affitto del nuovo e della casa di qualità (con efficienza energetica), che avviene a prezzi più alti, a dare impulso ai canoni di locazione. I prezzi degli affitti sono in crescita sia in città (+2,5%) che nei principali paesi della provincia (+2,1%). In difficoltà invece l'affitto delle seconde case, particolarmente in zone di scarso appeal turistico. In questo eccesso di domanda, è prioritaria per i proprietari l'esigenza di selezionare conduttori affidabili e solvibili.

Box: prezzi stabili in città e provincia, in linea con il residenziale. In calo gli affitti

I dati confermano il rallentamento del mercato e delle quotazioni sia in città (dove i prezzi sono più alti) sia in provincia. La compravendita rileva una lieve crescita: +0,8 % (1,2% in città e +0,5% in provincia). La crescita della movimentazione dei box dipende dalla dinamicità del mercato della casa e dalla crescita degli immobili di qualità che associano al loro scambio un numero più alto di autorimesse pertinentziali. In calo invece i valori di locazione dei box (-1,2%, -1% in città e -1,3% in provincia), che si affitta solo se indispensabile e solo se ce lo si può permettere; per molti è ormai considerato un lusso. Il mercato dei posti auto

resta molto variabile, con aree (cittadine e dei principali centri della provincia) in cui i prezzi sono crescenti e altre zone con valori in diminuzione per l'eccesso di offerta. I fattori che incidono sull'andamento delle quotazioni sono: la scarsa offerta di posti auto nelle aree di maggior pregio residenziale e l'assenza di parcheggi pubblici o privati in aree centrali. Il mercato dei posti auto resta molto variabile, con aree (cittadine e dei principali centri della provincia) in cui i prezzi sono crescenti e altre zone con valori in diminuzione per l'eccesso di offerta. I fattori che incidono sull'andamento delle quotazioni sono: la scarsa offerta di posti auto nelle aree di maggior pregio residenziale e l'assenza di parcheggi pubblici o privati in aree centrali

Negozi: compravendite e prezzi in calo (-3,3% in città, -4% in provincia). In flessione i canoni

Il commercio continua la sua fase negativa, con l'inasprimento della crisi che si sta abbattendo per il calo dei consumi dopo i rincari energetici. Anche i negozi di prodotti alimentari, per effetto dell'inflazione, registrano ormai un rallentamento delle vendite. In aumento le chiusure dei negozi tradizionali. Il calo dei consumi e il cambiamento delle abitudini di spesa si riflettono sull'andamento dei valori immobiliari. Pochi importanti investimenti con prezzi crescenti (nelle vie dello shopping e di maggiore appeal) non compensano la generalizzata stasi del commercio di vicinato. La difficoltà dell'accesso al credito e le aspettative di scarso guadagno scoraggiano nuovi micro investimenti. Continua ad allargarsi la forbice di mercato. Il nuovo di qualità e le medie superfici, che caratterizzano la domanda dei nuovi insediamenti in aree extraurbane e attrattive, vedono salire i prezzi. La crisi mette invece ai margini gli immobili e le superfici non più idonee al mercato. La domanda è trainata da attività che mantengono visibilità e passaggio. Terminata la fase dove molti negozi avevano cambiato la loro destinazione da

commercio a somministrazione, se ne affaccia un'altra che amplifica la desertificazione. Per questo i prezzi diminuiscono sia nella vendita sia nell'affitto. Il mercato esclude immobili e ubicazioni più marginali e come tale consolida la discesa dei canoni di locazione sia in città, dove gli scambi sono più limitati, sia in provincia. Il numero di transazioni, già basso, è rimasto flebile tutto l'anno

Uffici. Mercato fermo, prosegue la discesa dei prezzi (-2,8% in città e -3,4% in provincia). Scendono anche i canoni di locazione (-1,5% in città e -2,2% in provincia).

Per il mercato direzionale, l'anno appena trascorso è stato sostanzialmente negativo. Come per la seconda parte dello scorso anno, il 2023 ha confermato la stasi delle compravendite e delle nuove locazioni. Poche le scelte di spostamento, se non a completamento di programmi avviati da tempo e che interessano strutture di servizi più grandi. La crisi finanziaria continua a condizionare il mercato, come già da prima del 2020, con ulteriore peggioramento post pandemia e caro energia. La domanda è debole, a fronte di un'offerta di spazi che resta strutturalmente eccedente e che, per la sua scarsa qualità, non riesce ad essere collocata sul mercato.

Qualche ufficio viene riconvertito in abitazione per cercare di produrre reddito. L'incertezza sul futuro ricorso allo smart working crea ulteriore attendismo nelle stesse imprese e nei professionisti. La debolezza della domanda e la scarsa qualità dell'offerta consolidano la diminuzione dei prezzi di compravendita, con qualche difficoltà in più in diverse aree del territorio più rurali o a forte vocazione industriale che oggi perdono appeal per la carenza dei servizi collegati.

Anche i canoni di locazione sono in diminuzione. Alla bassa domanda si contrappone la bassa qualità degli immobili offerti in locazione e questo riduce l'appetibilità per il trasferimento di imprese e professionisti. Da anni si

registra la forte necessità di nuovi uffici di qualità inseriti in centri direzionali, posti vicino alle principali vie di comunicazione e all'aeroporto per i quali la domanda di trasferimento sarebbe notevole.

Capannoni: prezzi stabili, fa da traino la logistica. +1,2% per compravendita, +1% locazione

Il mercato degli immobili industriali, rispetto a quello degli uffici e dei negozi, pur continuando a restare debole, ha mostrato ancora segnali di dinamicità. È il settore della logistica che alimenta una domanda di nuovi spazi e trova sbocco nella poca offerta di qualità. La domanda, pur essendo inferiore a quella di anni fa, non trova sul mercato soluzioni con le caratteristiche desiderate. Esiste una forte offerta di capannoni ma posizionati in zone non corrispondenti alle richieste (si tratta di immobili in gran parte datati e non a norma). Quando l'immobile presenta le caratteristiche richieste, l'operazione si chiude velocemente e i prezzi riflettono il maggior valore. Per il quinto anno consecutivo si registra anche un aumento delle quotazioni degli affitti sebbene negli ultimi mesi siano sempre più contenuti. La pandemia, la guerra, la crisi energetica e oggi quella del credito segneranno purtroppo in maniera chiara i cambiamenti già in corso, come la difficoltà a vendere e locare capannoni non più adatti qualitativamente alla produzione. Oltre ai grandi insediamenti logistici nella Bassa bergamasca, la domanda si orienta verso strutture medio-piccole, sotto i mille mq. Le superfici medio-grandi sul mercato spesso non rispondono alle esigenze aziendali e le imprese preferiscono cercare terreni su cui edificare nuove strutture. La nuova tendenza – soprattutto nel dinamico settore della logistica – è la costruzione di capannoni alti 11-12 metri, dotati di numerose ribalte e con ampia disponibilità di aree esterne per il carico/scarico merci e per la circolazione dei mezzi pesanti. Le aree ambite sono quelle prossime ai raccordi stradali, autostradali, all'aeroporto e vicine a strade di

grande scorrimento.

Black Friday e Cyber Monday, prevista una spesa di 70,5 milioni di euro

Preoccupazione per un duro contraccolpo per i negozi tradizionali, mentre il web attira con sconti insostenibili per i negozi Tra mail, promozioni e messaggi, ci si proietta verso il week-end di sconti per il Black Friday e, per acquisti hi-tech, con il Cyber Monday di lunedì 27 novembre. Caro mutui e inflazione impongono maggiore attenzione alle spese, ma tra offerte e promozioni, Ascom Confcommercio Bergamo stima un budget che oscilla tra i 125 e i 175 euro (in aumento sul 2022, quando si prevedevano 120 e i 160 euro a famiglia, per 470mila nuclei orobici). La spesa prevista tra città e provincia di Bergamo sarà quindi di 70,5 milioni di euro. Quest'anno si preannuncia quindi un Black Friday in lieve crescita nei consumi rispetto all'anno scorso (quando la spesa stimata era di oltre 68 milioni), ma il valore in aumento è imputabile in larga misura all'effetto inflazione, oltre che all'allungamento progressivo dei giorni di sconti. In crescita anche la tipologia di beni e servizi in vendita, che spaziano dall'arredamento agli abbonamenti in palestra, ai viaggi. In attesa dei dati sui consumi effettivi, Ascom prevede tuttavia un aumento della percentuale di coloro che rinunceranno al Black Friday e anche ai regali di Natale. Nel periodo della "settimana nera" si prevede un calo degli acquisti, dal numero di clienti allo scontrino, soprattutto per i canali tradizionali di vendita. In attesa dei dati del 2023, il timore è che quest'anno, mentre terrà la percentuale



degli acquisti on line – che potrebbe anche salire al 75% degli acquirenti nella settimana del Black Friday e nella giornata del Cyber Monday- ci sarà invece una riduzione delle persone che utilizzeranno i canali più tradizionali come i negozi di vicinato, a cui si affiderà per gli acquisti un cliente su cinque (20%). Sul web la spinta dei grandi brand e delle piattaforme di commercio stia preparando i clienti a sconti molto forti. La preoccupazione di un duro colpo

alla rete dei negozi tradizionali in favore dell'e-commerce è molto forte per l'associazione commercianti: "Basta digitare online Black Friday sui motori di ricerca per comprendere come la spinta delle piattaforme di commercio stia preparando i clienti a sconti (dal 50% al 75%), che non sono assolutamente sostenibili per nessun canale tradizionale di vendita- sottolinea Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo- . Guerra e fattori geopolitici spaventano – quindi frenano gli acquisti anche per il segmento che ha alta capacità di spesa – mentre l'inflazione e il caro mutui stanno impoverendo ulteriormente molte famiglie bergamasche. Aumenta per necessità il ricorso a canali di approvvigionamento più economici e questa situazione rischia di spostare intere fasce di consumatori verso i canali digitali, più di quanto non abbia fatto la pandemia, peraltro in ambienti di acquisto in cui le possibilità dei controlli e le tutele contro le truffe sono limitate".

Il dato nazionale

L'indagine Confcommercio Format Research (Rapporto di ricerca al 17 novembre 2023, condotta su un campione rappresentativo di 1440 italiani con più di 18 anni) evidenzia che sei italiani su dieci faranno shopping durante questo periodo, soprattutto donne, il 63,2%, e giovani fino a 34 anni. Un

italiano su due approfitterà di questa occasione per acquistare in anticipo i regali di Natale (53,7%), tendenza in aumento rispetto allo scorso anno (il dato era 52,8%). Come da tradizione, il 57% sceglierà capi di abbigliamento, il 44,7% prodotti di elettronica o elettrodomestici, il 35% calzature e prodotti di estetica. Il 48,6% di coloro che faranno acquisti spenderà tra 100 e 300 euro; il 24,5% meno di 100 euro. Solo il 19,3% spenderà tra 300 e 500 euro. I metodi di pagamento più utilizzati saranno bancomat (36,3%) e carta di credito (34,7%). Il 55,0% utilizzerà soprattutto internet come canale di acquisto.

Credito, quasi 4mila imprese in grave difficoltà. Cresce l'indebitamento di 1 impresa su 3

In aumento i costi, con il rialzo dei tassi. In diminuzione le imprese che chiedono un finanziamento



Cristian Botti

Il tema della stretta creditizia e, con i rialzi dei tassi di interesse, il costo del credito per le imprese del commercio, del turismo e dei servizi, sono al centro del focus che Ascom Confcommercio Bergamo ha affidato a Format Research, nell'ambito dell'ultimo Osservatorio Congiunturale (dati a fine ottobre). Con la fine delle moratorie post pandemia, il rincaro dei costi dell'energia e i rialzi dei tassi hanno frenato il reale recupero del settore. Le maggiori criticità si rilevano nel comparto del turismo (alberghi e pubblici esercizi) e nelle micro imprese (da 1 a 5 addetti). Diminuisce inoltre in generale il numero delle imprese che richiedono credito (-4%) e cresce la percentuale (+2%) di imprenditori che vedono respinta la propria domanda (il 9% di coloro che ne fanno richiesta). I segnali di irrigidimento del rapporto tra sistema bancario e imprese, già avvertito nello scorso semestre, sta presentando il conto. Cresce, oltre al numero delle domande respinte, la percentuale delle richieste che vengono accolte solo parzialmente, con un ammontare inferiore a quello richiesto (25,4%). Sta crescendo il numero delle imprese che non può attingere al prestito bancario, pari al 16,1% (di cui il 9% che si è vista respingere la pratica e il 7,1% che è in attesa e non farà più domanda nel prossimo trimestre). Si tratta indicativamente di quasi 4mila imprese del terziario orobico. "A tre anni dallo scoppio della pandemia e dal primo lockdown, il caro energia prima, l'aumento dei prezzi e dei tassi finanziari poi, costituiscono fattori dirompenti che impediscono un reale ritorno alla normalità finanziaria delle imprese del terziario - commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo. La liquidità resta il problema reale per le imprese del terziario. Ogni semestre da tre anni a questa parte quasi un imprenditore su tre è costretto a ricorrere a un nuovo prestito. Peraltro oggi il tasso di indebitamento ha superato la soglia di sostenibilità per molte imprese. Sono soprattutto le imprese del turismo, bar, ristoranti, alberghi e locali da

ballo e di micro e piccole dimensioni ad essere ancora in affanno. L'indebitamento è andato crescendo con la pandemia e questo grava già da ora sulle spalle delle imprese. Sebbene oltre 3 su 4 richiedenti ottenga credito, persiste la difficoltà dell'accesso ai finanziamenti di molti imprenditori. Sta crescendo il numero delle imprese che non può attingere al prestito bancario (16,1% di cui 9% che si è vista respingere la pratica e il 7,1% che è in attesa e non farà più domanda nel prossimo trimestre. Infine gli indici di costo, durata, richiesta di garanzie depongono verso un irrigidimento del rapporto banca impresa in un una fase che si preannuncia, da qui ai prossimi due-tre anni, ancora complicata". **Cristian Botti**, presidente Fogalco, Cooperativa di garanzia Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente Ascom Confcommercio Bergamo ha sottolineato le difficoltà delle imprese: "Con l'attuale situazione dei tassi di interesse le imprese stanno chiedendo sempre meno credito. Dove non strettamente necessario gli investimenti vengono sospesi e rinviati a tempi migliori. Prevale la richiesta legata all'esigenza di liquidità (in particolare per far fronte a emergenze finanziarie, con rimborsi a 48 mesi), per la quale la valutazione del merito del credito diventa più selettiva e l'istruttoria più lunga. I segnali di irrigidimento del rapporto banche imprese avvertito lo scorso semestre sta presentando però il conto: cresce il numero delle pratiche respinte e il numero delle pratiche accolte con importo inferiore. A soffrire sono le micro imprese, che hanno meno dimestichezza con bilanci e business plan, per cui sta crescendo la nostra attività di consulenza, a supporto. Anche l'aumento delle pratiche in sospeso di più di due punti depone a favore di una stretta rispetto al passato con una maggiore attenzione delle banche verso la sostenibilità del debito del richiedente. Le pratiche in sospeso sono la metà di quelle a livello nazionale segnale che le banche sono più celeri nella risposta, anche se negativa. Inoltre peggiora la situazione circa il costo del finanziamento, la durata del prestito e delle garanzie richieste dove l'atteggiamento delle banche è

divenuto molto più oculato rispetto ad un momento di grande criticità dell'economia. Continuiamo ad andare molto meglio della media italiana, ma questo rappresenta una magra consolazione". Questi i dati "positivi": "A Bergamo richiedono finanziamenti il 26% delle imprese contro il 19% a livello nazionale, segnale di una maggiore vivacità. A fronte di un momento decisamente negativo per le imprese del nostro settore resta alta la risposta del sistema bancario con 5 domande su 10 accolte nell'interezza e ulteriore 2,5 su 10 accolte con importi inferiore- continua Botti-. E' evidente lo sforzo del sistema bancario bergamasco, nettamente più efficiente di quello che avviene a livello nazionale di concedere importi anche parziali a sostegno delle imprese e di mantenere bassi i tempi di risposta e numero di pratiche in sospeso. Circa i costi e le condizioni del credito, il giudizio degli imprenditori bergamaschi del terziario sui servizi bancari presenta un trend consolidato di peggioramento. Il credito a Bergamo è concesso ma il sistema bancario esige sempre di più. Il dato è però nettamente migliore a quello nazionale dove la minore concorrenza o il rating peggiore delle imprese produce maggiori costi per i richiedenti. Da parte nostra misure di credito diretto- come Confidiamo- per interventi, in particolare per migliorare l'efficientamento energetico con finanziamenti tra 20mila e 50mila euro. C'è grande attesa da parte nostra rispetto alla riforma dei confidi e la valorizzazione della garanzia consortile, che confidiamo venga approvata da qui a breve, nei primi mesi del 2024".

I dati

La liquidità continua ad essere la reale criticità per le imprese del terziario di Bergamo. Ciò nonostante, secondo il giudizio degli imprenditori, l'indicatore della capacità di far fronte al fabbisogno finanziario, rispetto al semestre precedente, è migliorato di 2 punti, passando da 39 a 41 e in prospettiva si assesterà a quota 41 anche per la prossima

primavera (previsione a marzo 2024). L'indice delle imprese bergamasche è più basso del dato nazionale di 3 punti (44 e atteso in diminuzione in primavera a 42, indice di un soffio superiore a quello bergamasco). L'indice a 41 è ancora basso rispetto al livello pre-Covid del II° semestre 2019 quando era a 59. Il dato è fortemente condizionato dai numeri ancora difficili del settore turismo, con indice a 38, mentre il commercio (a quota 46) e i servizi (a 53) soffrono meno. Le criticità maggiori si rilevano rispetto alle micro e piccole imprese fino a 5 addetti, nettamente sotto la media rispetto alle imprese più strutturate.

Domanda di credito

In diminuzione (- 4%) la percentuale di imprese che ha chiesto un finanziamento negli ultimi sei mesi, che passano dal 30% al 26%. Tra le imprese che hanno chiesto credito, il 51,3% ha visto accogliere la sua domanda, ma il 25,4% si è dovuta accontentare di un importo inferiore a quello richiesto. Il 14,3% è ancora in attesa di delibera di finanziamento, mentre il 9% ha visto respingere la propria domanda. Rispetto al dato nazionale, le imprese bergamasche che hanno chiesto un finanziamento sono il 26% contro il 19% a livello nazionale. In questo quadro, la percentuale delle istanze andate a buon fine è maggiore a Bergamo (che vede qui il 51,3% delle domande accolte, contro il 45 % nazionale). Di contro, è decisamente più elevata la percentuale delle pratiche respinte (appunto, il 9% contro l'1% nazionale). Dato che tuttavia va valutato alla luce del fatto che a Bergamo è decisamente più bassa la percentuale delle imprese che è in attesa dell'esito dell'istruttoria (il 14,3% contro il 25% nazionale). Qui è inoltre più bassa l'erogazione parziale (25,4% contro il 29% nazionale). Rispetto al semestre precedente si rileva comunque un irrigidimento del sistema del credito bergamasco: diminuisce la percentuale delle pratiche accolte (dal 58% di aprile 2023 al 51,3% di ottobre 2023) e cresce anche il numero delle pratiche accolte con importo inferiore (dal 23%

di aprile 2023 al 25,4% di ottobre 2023). Crescono anche le istanze in sospeso, dal 12% al 14,3%, così come aumentano quelle respinte, passate dal 7% al 9%.

Costo del finanziamento

Gli imprenditori del terziario bergamasco lamentano un ulteriore peggioramento del costo del finanziamento, con la crescita dei tassi di interesse. L'indice è comunque migliore di ben 24 punti rispetto al dato nazionale, dove continua a crollare fino a livelli mai osservati, a quota 12 (era a 53 nel 2021).

Costo dell'istruttoria

Il costo dell'istruttoria viene giudicato pressoché invariato rispetto al semestre precedente. L'indice è salito da 39 a 40. L'indice è migliore di quello nazionale di 7 punti. L'indice a livello nazionale è in risalita dalla primavera scorsa, quando toccò il suo punto più basso.

Durata dei prestiti

In peggioramento è l'indice della durata temporale del credito che passa da 39 a 35, perdendo 5 punti in un semestre rispetto ad aprile 2023. La pandemia ha causato una riduzione ormai strutturale della durata dei finanziamenti: dal 2019 l'indice non si è mai ripreso a pieno, mentre la situazione bergamasca è tornata negativa rispetto a quella nazionale (in cui l'indice è salito a 40, con un recupero di 4 punti rispetto all'ultimo semestre).

Garanzie richieste

Con la revisione delle norme sulla garanzia di Stato, crolla l'indice delle garanzie richieste che passa da 40 a 32 e una perdita di 8 punti. L'indice è peggiore di quello nazionale che si attesta a 35, con ben 3 punti in più.

Costo dei servizi bancari

Dopo il calo dello scorso semestre (da settembre 2022 con 41, si era infatti scesi a 36 a marzo 2023) si mantiene stabile l'indice relativo al costo dei servizi bancari registrato dalle imprese del terziario bergamasche, che si attesta a 36. L'indice è nettamente migliore di quello nazionale (30).

Negozi storici, 54 nuove insegne bergamasche premiate

L'evento in Camera di Commercio ha celebrato la storia di negozi, locali e botteghe artigiane

Bergamo festeggia in Camera di Commercio il riconoscimento di 54 nuove imprese storiche del territorio. La cerimonia, svoltasi mercoledì 15 novembre, a Palazzo Contratti e Manifestazioni, ex Borsa Merci, ha celebrato negozi, locali e botteghe artigiane che hanno svolto il proprio esercizio senza interruzioni per un periodo non inferiore a 40 anni. "È il nostro modo per dire grazie direttamente sul territorio, vicino alle imprese – ha affermato Guidesi – alle attività che pur rivestendo il ruolo di custodi della tradizione economica, riescono a innovare oltre che mantenere e creare occupazione. Un'attenzione all'evento che valorizza il territorio e le sue imprese, certificando la tipicità di queste attività che hanno attraversato almeno 40 anni di storie che hanno cambiato profondamente le nostre vite. Grazie all'innovazione e all'adattamento queste imprese e queste famiglie rinnovano ogni giorno con la loro presenza la tradizione e la storia del nostro commercio e dei nostri centri storici. Rivestono inoltre un ruolo importante nelle comunità in cui sono inserite. Partecipano infatti al mantenimento in vita del

tessuto sociale dei centri urbani, specialmente nelle località più piccole o periferiche. La Lombardia è grande anche grazie a loro. Confidiamo di poter dedicare l'anno prossimo una misura di sostegno riservata espressamente alle imprese storiche". "Sono attività storiche che testimoniano – ha sottolineato il sottosegretario alla Presidenza di Regione Lombardia con delega allo Sport e giovani, Lara Magoni – la sopravvivenza di tante imprese che con tenacia e determinazione hanno superato molte difficoltà e sono presenti sul territorio con tanta passione. Ho visto tanta emozione in quanto il riconoscimento delle attività storiche ha in sé il valore della famiglia. Un'emozione in più per me, che ho anche io un'attività dal 1956 a Selvino, che racconta della mia famiglia e della sua storia come le vostre". "Con la premiazione delle imprese storiche – ha dichiarato il presidente della Camera di Commercio di Bergamo Carlo Mazzoleni -, Regione Lombardia intende valorizzare le attività che contribuiscono allo sviluppo e all'identità dell'economia locale e regionale. Premiamo imprese che sanno tramandare tradizione, ma anche valori e innovazione. Perché senza innovazione non si va avanti. Queste imprese hanno mostrato tutte le loro doti per attraversare le diverse fasi, difficoltà e sfide del mercato. L'impegno nel tempo, la capacità di accompagnare i passaggi generazionali, l'adattamento a nuovi stili di consumo e l'innovazione rendono queste realtà degne di riconoscimento. Regione Lombardia e Camere di commercio condividono la medesima propensione alla valorizzazione del tessuto imprenditoriale locale". In provincia di Bergamo dei 54 nuovi riconoscimenti assegnati 15 sono afferenti alla categoria 'Bottega artigiana storica', 19 a quella di 'Locale storico' e 20 sono i 'Negozzi storici'. Si arricchisce dunque l'albo regionale delle attività storiche e di tradizione in Provincia di Bergamo, che ora comprende in totale 334 imprese.

Le imprese premiate

- Albano Sant’Alessandro, La Dolciaria Bergamasca, 1969, Bottega artigiana storica, Alimentari e specialità alimentari.
- Albino, Bottega Delle Carni di Beretta, 1946, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
- Albino, Tabaccheria Rivellini, 1960, Negozio storico, Bar e tabaccheria.
- Ambivere, Sorelle Rota, 1950, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
- Bergamo, Bar Haiti, 1973, Locale storico Bar e tabaccheria.
- Bergamo, Bar Città dal 1980, 1981, Locale storico, Bar e tabaccheria.
- Bergamo, Punto Luce, 1977, Negozio storico, Attrezzature.
- Bergamo, Panificio Gilardi, 1951, Bottega artigiana storica, Alimentari e specialità alimentari.
- Bergamo, Ferramenta Poma Mario, 1923, Negozio storico, Attrezzature.
- Bergamo, Vigani Parrucchieri, 1963, Bottega artigiana storica, Cura della persona.
- Bottanuco, Spada Articoli da Regalo ed Elettrodomestici, 1969, Negozio storico, Sport e tempo libero.
- Brignano Gera d’Adda, Nisoli – Falegnameria e Arredamento, 1910, Bottega artigiana storica, Attrezzature.
- Brignano Gera d’Adda, Allevi Antichità Restauri, 1960, Bottega artigiana storica, Casa e arredamento.
- Capriate San Gervasio, Panificio Pedroncelli, 1964, Bottega artigiana storica, Alimentari e specialità alimentari.
- Castelli Calepio, Antico Forno Novali, 1700, Bottega artigiana storica, Alimentari e specialità alimentari.
- Castel Rozzone, Da Carlessi, 1966, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
- Castione della Presolana, Bottega Verzeroli, 1974, Negozio storico, Abbigliamento e accessori.
- Cene, Bar Coba, 1983, Locale storico, Ristorazione.
- Cividate al Piano, Pasticceria Guerini Dal 1980, 1980, Bottega artigiana storica, Gelaterie, pasticcerie e

torrefazioni.

- Clusone, Anna Boutique, 1974, Negozio storico, Abbigliamento e accessori.
- Clusone, Antonio Giudici, 1966, Negozio storico, Ottica e fotografia.
- Clusone, Bottega d'arte Alleria di Angelo Balduzzi, 1983, Bottega artigiana storica, Casa e arredamento.
- Cologno al Serio, Macelleria Caio, 1958, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
- Cologno al Serio, Macelleria Caio, 1958, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
- Costa Valle Imagna, Bar Pizzeria Da Giuseppe, 1972, Locale storico, Bar e tabaccheria.
- Curno, Moto Galbiati Cicli, 1962, Bottega artigiana storica, Auto e Moto.
- Dalmine, Bar Sport Lavetti – Ristorante, 1969, Locale storico, Bar e tabaccheria.
- Dalmine, Bar Trattoria Sole, 1979, Locale storico, Ristorazione.
- Dalmine, Colleoni Gomme & C., 1963, Bottega artigiana storica, Auto e Moto.
- Fuipiano Valle Imagna, Bar Pizzeria Resegone, 1975, Locale storico, Bar e tabaccheria.
- Gazzaniga, Molino Ongaro, 1948, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
- Gorle, Giromoda, 1974, Negozio storico, Abbigliamento e accessori.
- Leffe, Gelateria Leffese, Laboratorio Di Produzione, 1920, Bottega artigiana storica, Gelaterie, pasticcerie e torrefazioni.
- Leffe, Gelateria Leffese, 1925, Locale storico Gelaterie, pasticcerie e torrefazioni.
- Lenna, Trattoria delle Miniere, 1927, Locale storico, Ristorazione.
- Nembro, Gioielleria Zanchi Silvio, 1969, Negozio storico, Preziosi.
- Olmo al Brembo, Panificio Ronzoni, 1951, Bottega artigiana

storica, Alimentari e specialità alimentari.

- Onore, Bar Pineta, 1970, Locale storico, Bar e tabaccheria.
 - Romano di Lombardia, Baroni La Trattoria, 1958, Locale storico, Ristorazione.
 - Rovetta, Brasi Sport, 1982, Negozio storico, Sport e tempo libero.
 - Scanzorosciate, Collinetta Ristorante Pizzeria, 1963, Locale storico, Ristorazione.
 - Sedrina, Mister Joe, 1983, Locale storico, Ristorazione.
 - Stezzano, Genio 1961, 1961, Locale storico, Ristorazione.
 - Suisio, Falegnameria Adda Srl, 1937, Negozio storico, Casa e arredamento.
 - Tavernola Bergamasca, Supermarket Vitali, 1964, Negozio storico, Alimentari e specialità alimentari.
 - Treviglio, Corti Progetto Natura, 1950, Negozio storico, Casa e arredamento.
 - Urgnano, Il Frate, 1925, Locale storico, Ristorazione.
 - Urgnano, Panificio Suardelli, 1967, Bottega artigiana storica, Alimentari e specialità alimentari.
 - Valbondione, Ristorante Aurora, 1973, Locale storico, Ristorazione.
 - Verdellino, Farmacia Guerra, 1971, Negozio storico, Salute e benessere.
 - Vertova, Falegnameria Fratelli Mistri, 1962, Bottega artigiana storica, Casa e arredamento.
 - Villongo, Bar Trattoria Nini', 1925, Locale storico Bar e tabaccheria.
 - Villongo, Pasticceria Chiodini, 1976, Locale storico Gelaterie, pasticcerie e torrefazioni.
 - Zogno, Cicli Salvi, 1945, Negozio storico, Sport e tempo libero.
-

Emergenza personale, le opportunità per la ristorazione

In Ascom un incontro dedicato ai pubblici esercizi per fare il punto su criticità e trovare soluzioni. La difficoltà nel



trovare personale competente è una questione annosa per i pubblici esercizi, ma ora il problema sta assumendo connotati preoccupanti e sta fortemente condizionando le attività. Per questo Ascom Confcommercio Bergamo ha organizzato e promosso un incontro in

associazione per la categoria. Un momento di confronto con esperti del settore e imprenditori di successo dal titolo "Ristorazione: criticità e soluzioni, quali strade intraprendere", svoltosi martedì 13 novembre. "I problemi della categoria vengono da lontano e trovare soluzioni da sé sta diventando sempre più arduo- commenta, introducendo il convegno Petronilla Frosio, presidente Gruppo ristoratori Ascom Confcommercio Bergamo-. Il momento è difficile e delicato, nonostante la domanda sia ancora alta, ma dobbiamo affrontare una molteplicità di problemi. Le imprese stanno assorbendo in larga misura i rincari, dalle materie prime a quelli di gestione ed energia. In questo quadro estremamente complesso, trovare personale è una vera e propria impresa". Un problema in più per gli imprenditori, che si aggiunge alla fatica nel fare quadrare i conti. "Gli ultimi dieci anni hanno chiamato gli imprenditori a far fronte a periodi di grande difficoltà nel 2008, quando 75mila imprese del terziario chiusero- ha ricordato Vittorio Rota consulente Ascom Confcommercio Bergamo nel suo intervento dedicato a business,

vendita e marginalità -. Non c'è nemmeno stato il tempo di riprendersi che si è stati travolti dal Covid e dagli stop forzati, poi nel post pandemia si è ripiombati nell'incubo della guerra in Ucraina e dei costi fuori controllo per le materie prime ed energia. E in tutto questo avanza e cresce il nuovo fenomeno delle dimissioni volontarie". Mai come oggi è fondamentale mettere mano ai bilanci e tenere d'occhio ogni voce di spesa: "Il margine operativo lordo e l'indebitamento complessivo sono i due parametri da monitorare costantemente: bisogna trovarne il tempo, anche in un settore con ritmi di lavoro altissimi come questo. E quando i margini tendono a contrarsi, è fondamentale analizzare i costi in tutte le voci per capire dove c'è efficienza e dove vanno apportati correttivi, perché senza una revisione in corso d'opera, si rischia di mettere a repentaglio tanta fatica e lavoro. E purtroppo i numeri non mentono mai". Attrarre e trattenere personale è un altro aspetto prioritario. "Ascom sta lavorando a due progetti per l'inserimento lavorativo e per la formazione del personale, rispondendo all'esigenza degli imprenditori di trovare personale qualificato e competente- ha sottolineato il direttore Ascom Confcommercio Bergamo, Oscar Fusini-. Dalla formazione di personale disoccupato, alla creazione di un percorso di Istruzione e formazione tecnica superiore, dedicato in particolare al personale di sala, al sogno di portare un vero e proprio corso Its sul turismo anche nella nostra provincia. L'impegno di Ascom e degli Enti Bilaterali è su tutti questi temi, perché mai come oggi questa esigenza si sta facendo fortemente sentire tra le imprese dei nostri settori. Basti pensare al dato che vede il 69% degli imprenditori- in base a una recente indagine affidata a Format Research- non trovare competenze adeguate in fase di reclutamento di nuove leve". Maurizio Casali, consulente Ascom



Confcommercio Bergamo e Valeria Nicoletti, project manager Academy Forma Temp – Atena hanno illustrato un progetto per l’inserimento in azienda di personale disoccupato: “La difficoltà di reperimento di personale è ormai un problema per tante imprese- hanno ribadito- . Grazie all’ associazione Atena e Forma Temp- fondo interprofessionale per l’inserimento lavorativo temporaneo, cerchiamo di trovare soluzioni per ottimizzare gli inserimenti lavorativi nelle realtà aziendali. Ad un percorso di formazione intensiva e specifica (80 ore) in due settimane sul settore (compresi i corsi obbligatori di sicurezza su lavoro e haccp) segue un mese di prova retribuita nei locali aderenti, con inquadramento di lavoro somministrato e retribuito a seconda della tipologia contrattuale. Una prima occasione per lavoratori e imprese di conoscersi e mettersi alla prova e valutare un eventuale proseguimento dell’esperienza lavorativa”. Oltre al personale che scarseggia tra competenze e disponibilità, impossibile non affrontare, attraverso testimonianze concrete, il problema dell’esplosione di dimissioni volontarie e il cambio di priorità e mentalità dei lavoratori. Massimiliano Amaddeo, titolare di “Da Mimmo Ai Colli”, ha portato la sua visione imprenditoriale, a partire dalla presa di consapevolezza di quanto l’equilibrio tra soddisfazione personale, lavoro e tempo libero sia cruciale, oltre che sul valore della qualità della vita: “Nella ristorazione il 40% degli addetti ha meno di 30 anni, il 62 % non arriva ai 40 anni. La società attuale è più liquida, i giovani non si accontentano di un lavoro full time, ma ricercano soddisfazione personale. Io credo che per attrarre nuove leve sia necessario cambiare anche il nostro approccio. Si parla troppo spesso di quanto sia faticoso questo lavoro ma non di quanto sia bello prendersi cura dei propri ospiti e dare del nostro meglio per farli stare bene e sentire a casa. E’ questo il presupposto per andare a rivedere modelli organizzativi per venire incontro alle esigenze lavoratori, penso al turno unico rispetto a quello spezzato, ad esempio. Inoltre la formazione è fondamentale, è una leva

irrinunciabile per accrescere il coinvolgimento dei lavoratori. Di contro si parla di salario minimo, che è fondamentale ma se non c'è rapporto con produttività vera, il discorso ahimè non vale". Luca Brasi, chef patron della Braseria, ha invitato la categoria a mettersi anche in discussione sul tema: "Se c'è carenza di personale dobbiamo anche interrogarci sul perché- ha commentato, senza fare sconti- . La gestione del personale da parte della nostra categoria non ha dato un'immagine seria del settore. Ovviamente nessuno nega i problemi e le emergenze che chi fa il nostro lavoro conosce troppo bene. Ma sta di fatto che- chi per sopravvivenza, chi per guadagnare maggiormente, chi per tamponare un picco di lavoro, che per altre esigenze reali o presunte- la gestione del personale è stata portata avanti in molti casi in modo discutibile, senza fare onore alla categoria". Brasi ha portato la sua esperienza: " Nella nostra attività impieghiamo 15 persone, l'80% lavora full time, il 20% part time e inoltre abbiamo una persona a chiamata. Per non trovarmi da solo a lavorare ho pensato e ripensato come garantire condizioni lavorative migliori ai miei dipendenti. Il tempo libero, che fino ad oggi non c'era mai stato nella ristorazione, è il vero valore aggiunto . Così in una prima fase sperimentale ho deciso di eliminare pranzo e cena al ristorante e altri tempi morti, partendo dall'osservazione che stare dalle 18 alle 20 in sala equivale più o meno a 2 ore di lavoro buttate. Oggi c'è in cucina chi inizia alle 10 e finisce alle 14 e alle 15, mentre la domenica si lavora dalle 12 alle 16/16.30. La sera in sala dalle 19/20 alle 23.30/24. E in settimana ci si ritaglia un giorno intero di riposo e un secondo successivo. Provando abbiamo capito non solo che riuscivamo benissimo a gestire il lavoro, ma che 40 ore in sala erano troppe. Il sistema deve cambiare e il mondo della ristorazione deve essere appetibile. Perché ci sono tanti ragazzi che vogliono lavorare, ma non 12 ore al giorno". Daniele Giorgi, titolare del locale Duke's di Roma, che da 25 anni fa ristorazione di livello ma ad un prezzo più accessibile, ha dato il suo contributo in collegamento: "Già

vent'anni fa era chiaro che il personale era l'aspetto prioritario e centrale per l'azienda. Da sempre i nostri dipendenti riposano domenica e lunedì. Perché il nostro è un lavoro faticoso psicologicamente e reggere i ritmi è dura. Molti di noi hanno reso questo lavoro un incubo e una prigione quotidiana. Noi lavoriamo molto sulla produttività e abbiamo optato da tempo per il turno unico e serale. I ritmi restano comunque serrati: in 180 secondi bisogna creare un antipasto, né di più né di meno. Però aver rimesso al centro i dipendenti e le loro esigenze e aspirazioni continua a rivelarsi una scelta vincente”.

7 imprese su 10 non trovano personale con competenze adeguate

E tra i lavoratori, prioritaria la qualità della vita, più importante della remunerazione



Enrico Betti

Resta ancora alto il numero di imprese in Bergamasca che sta cercando personale, nonostante il rallentamento dell'economia. Tra i principali ostacoli nella ricerca, la

scarsità di personale con le adeguate competenze, un vero e proprio problema rilevato dal 69% delle imprese. Centrale anche il tema della qualità della vita e la ricerca di un equilibrio tra tempo libero e lavoro: gli orari ritenuti pesanti sono una difficoltà rilevata dal 29%. Sono queste alcune tra le principali evidenze rilevate dalla ricerca Ascom Confcommercio Bergamo- Format Research su "Personale e fabbisogni formativi". L'Osservatorio rappresenta l'occasione per fotografare il tema nella sua evoluzione, mettendo a confronto il dato attuale con il biennio precedente. Emerge così come il problema della mancanza di competenze fosse tutto sommato non prioritario nell'immediata fase post pandemia, quando l'urgenza era quella di riorganizzare immediatamente il lavoro, quasi azzerato tra lockdown e restrizioni. Oggi invece la questione è centrale per le imprese e costituisce per il 69% il principale ostacolo nella ricerca del personale. Dal lato lavoratore restano alte le considerazioni legate alla qualità della vita e al benessere. Non è più o non è ormai solo un problema di denaro: gli orari pesanti e le mansioni ritenute poco attrattive costituiscono la prima e la terza motivazione per il rifiuto della proposta lavorativa. Le retribuzioni ritenute insufficienti (prioritarie per il 38,2% dei candidati nel 2022) sono importanti ma non così fondamentali: condizionano infatti il 22% delle scelte. "E' un problema che sta condizionando pesantemente le nostre attività- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Se dopo il lockdown la mancanza di competenze adeguate non era così sentita, perchè era più urgente far ripartire le attività, ora l'assenza di profili adeguati rappresenta il principale ostacolo per 7 imprese su 10 che intendono ampliare il proprio organico. A cambiare è anche l'approccio al mondo del lavoro: oggi la qualità della vita e il benessere sono prioritari e arrivano a contare più della retribuzione. Bisogna focalizzarsi anche sul benessere dei lavoratori e sulla conciliazione tra tempo libero e lavoro". A rendere il mercato più selettivo è l'esigenza di incrementare la produttività del lavoro. "Per il 29% dei lavoratori gli

orari di lavoro sono ritenuti pesanti- commenta Enrico Betti, responsabile Area Lavoro e Relazioni sindacali Ascom Confcommercio Bergamo- e da ciò emerge quanto sia prioritario tenere conto di tutti gli aspetti atti a favorire la conciliazione tra vita privata e professionale. Gli imprenditori sono disposti a pagare il personale più di quanto preveda il contratto collettivo. Un tempo ciò accadeva perchè si scatenava una sorta di competizione tra aziende, ora invece si cerca con una maggiore remunerazione di trovare il profilo adeguato”.

Personale e fabbisogni formativi

I dati della ricerca di questo autunno segnalano come le imprese che hanno effettuato ricerca del personale sono il 42,8% delle imprese del terziario orobico, in calo dello 0,3% rispetto allo scorso semestre, ad aprile 2023. Pur poco meno di una su due, quindi, sono ancora molte le imprese che necessitano di nuovo personale. Il 58,2% segnala delle difficoltà nel reclutare personale, in crescita del 5,2% rispetto allo scorso semestre quando erano il 53,0%. Le imprese che incontrano molte difficoltà sono cresciute dal 30,8% al 37,0% con + 6,2% dato di crescita più alto. Tra le motivazioni delle difficoltà dichiarate dalle imprese spicca la mancanza delle competenze richieste che arriva al 69,0%, al primo posto dal lato azienda. Seguono: orari ritenuti pesanti (29%), retribuzione ritenuta insufficiente(22%) e mansioni di lavoro ritenute poco attrattive (18%). Non manca la concorrenza delle altre imprese del settore (17%).

Uno sguardo sul medio periodo dopo la pandemia

Dall'analisi dei dati relativi agli ultimi due anni (confrontando la ricerca di ottobre di quest'anno con gli stessi periodi del 2022 e del 2021), emerge come la grande ricerca di personale è avvenuta soprattutto a partire dall'autunno 2021, post pandemia, quando le imprese si organizzavano per la ripresa dopo le restrizioni legate

all'emergenza sanitaria. In quel momento a cercare nuovo personale era ben il 34,7% delle imprese. Un dato destinato a salire ulteriormente, tanto che nell'autunno 2022 il numero delle imprese in cerca di personale era il 45%. La prima lieve battuta d'arresto arriva ora, al 42,8%, con i primi rallentamenti registrati in estate. Le imprese che hanno incontrato molta difficoltà nel reclutare sono salite dal 12,6% dell'autunno 2021 al 35% nell'autunno 2022, fino a crescere ulteriormente al 37%. Le imprese che incontravano abbastanza difficoltà sono scese dal 47,6% dell'ottobre 2021 al 21,0% dell'autunno 2022, dato in linea con il 21,2% attuale. Le imprese che incontravano poche difficoltà sono salite dal 39,8% nel 2021 al 44,0% nel 2022 al 41,8% nel 2023. Osservando le motivazioni addotte dalle imprese si nota come la mancanza di competenze dei candidati, che non era poi così allarmante nel 2021, si è trasformata nel vero problema per le imprese (nel 2021 era rilevata dal 26,9% delle imprese, nel 2022 dal 57,1%, nel 2023 dal 69%). Allo stesso modo, gli orari di incarico ritenuti pesanti, motivazione che portava il 24% dei candidati a rifiutare il posto, sono sempre più dirimenti per chi cerca lavoro, rappresentando il principale ostacolo nella ricerca di personale (29%). Le mansioni ritenute poco attrattive, al 32,0% nel 2021 sono scese al 14,3% del 2022 e risalite al 18,0% nel 2023. La concorrenza delle imprese del settore, che rappresentava un problema per il 35% nella prima fase di riorganizzazione post pandemia nel 2021, è particolarmente sentita dal 17% delle imprese (dato in linea con l'autunno del 2022). La distanza dal luogo di lavoro e abitazione è un problema per il 7% (dato sceso nell'ultimo anno, quando con i rincari energetici era per il 9,5% un ostacolo nell'assunzione di nuovo personale).

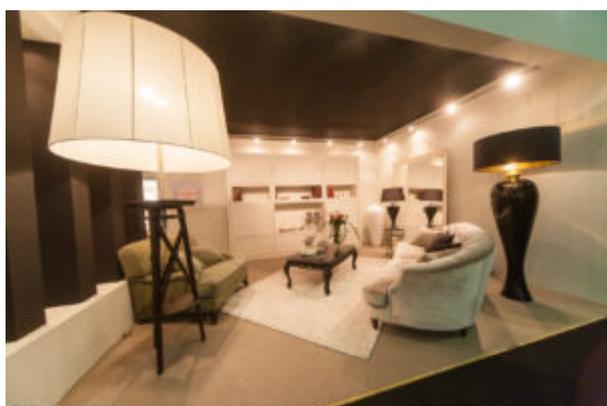
L'impatto sul business

L'impossibilità di impegnarsi nell'innovazione di servizio (30,9%) e una riduzione dei ricavi (24,4%) costituiscono gli effetti più gravi della difficoltà nel reclutare le figure

ricercate (dati ottobre 2023, in base all'indagine effettuata tra il 58,2% di imprese che incontrano difficoltà nella ricerca del personale). Seguono: il mancato ampliamento delle attività con nuove sedi (20,8%) e la rinuncia all'estensione dell'orario di apertura (13,8%).

Salone del Mobile, il miglior design made in Italy in Fiera

Da sabato 11 a lunedì 13 e da venerdì 17 a domenica 19 torna la Fiera dedicata all'arredamento, alla 18esima edizione



Contraddistinto dall'inconfondibile design Made in Italy apprezzato in tutto il mondo, da sabato 11 a lunedì 13 e da venerdì 17 a domenica 19 novembre 2023 alla Fiera di Bergamo torna in grande stile il Salone del Mobile by Promoberg

(www.bergamofiera.it). Il salone ritorna dopo quattro anni di pausa, causati dalle note vicende sanitarie e dalla necessità di riprogrammare l'evento nel migliore dei modi, tenendo conto delle dinamiche del mercato e delle esigenze degli operatori. Sabato 11, alle ore 10:15 (l'apertura al pubblico è fissata alle ore 10:30) è in agenda una breve cerimonia d'inaugurazione.

La kermesse dedicata alla filiera dell'arredamento e dei suoi complementi è stata presentata oggi alla Fiera di Bergamo. A fare gli onori di casa è intervenuto Luciano Patelli, presidente Promoberg, seguito da Carlo Conte, direzione Fiere Promoberg e Alessandro

Pagnoni, project manager Salone del Mobile. Sottolineando la bontà del progetto, hanno preso poi la parola, Giacinto Giambellini, Presidente Confartigianato Bergamo, i rappresentanti della Fondazione Architetti Bergamo – il presidente Gianpaolo Gritti, il tesoriere Stefano Rota e il segretario generale Marzia Pesenti – e Lorenzo Cereda, presidente del Gruppo Mobili e Arredamento Ascom Confcommercio Bergamo.

“Siamo molto orgogliosi del nostro Salone del Mobile – sottolinea Luciano Patelli, presidente di Promoberg – perché nel suo quasi ventennale percorso si è consolidato tra gli appuntamenti più

significativi e di qualità tra quelli rivolti al grande pubblico. Quest’anno, in particolare, grazie al coinvolgimento dei mobiliari, delle Associazioni degli Artigiani e della Fondazione Architetti

Bergamo, il Salone si consolida anche quale luogo di incontro e confronto tra professionisti, con benefiche ricadute per gli utenti finali. Una collaborazione che vogliamo ampliare alle tante realtà

che fanno grande e unico il nostro territorio. Un territorio che invitiamo a venirci a trovare nei sei giorni del Salone del Mobile, grazie al quale la Fiera di Bergamo si trasforma in un elegante

show room, con arredamenti di design e con esperti e professionisti del settore in grado di fare la differenza; all’interno di un contesto, quello della casa, che sta particolarmente a cuore a tutti noi”. “Vent’anni fa veniva inaugurata la Fiera di Bergamo, struttura che da allora gestiamo con grande competenza – evidenzia Carlo Conte, direzione Fiere Promoberg -. In particolare, negli ultimi due anni abbiamo messo in campo un corposo programma di interventi legati agli obiettivi di sviluppo sostenibile richiamati dall’Agenda 2030. Chi verrà al Salone del Mobile potrà quindi contare

anche su una struttura moderna e molto attenta ai temi green, una location perfetta per evidenziare il design d’eccellenza

presentato dalla manifestazione". "Abbiamo rinnovato e aggiornato le imprese espositrici – spiega Alessandro Pagnoni, project manager per Promoberg del Salone del Mobile – con l'inserimento di nuovi player e di un nutrito gruppo di artigiani, come falegnami, fabbri, vetrai, marmisti, che si sono aggiunti al gruppo di mobiliari che hanno fatto la storia del nostro salone, fornendo così un ulteriore valore aggiunto alla nostra proposta. Stiamo parlando di grandi professionisti del settore, che vanno dai brand più noti agli artigiani molto specializzati, passando per i professionisti, come architetti e designer. Il plus di questa edizione sta nell'essere riusciti a riunire in un unico Salone sia i grandi gruppi industriali, che segnano le tendenze del mercato (materiali, colorazioni, innovazioni), sia gli artigiani, che creano su misura e con abile manualità soluzioni personalizzate, sia gli architetti, con progetti creativi e innovazioni sia di design che tecnologiche. Una proficua sinergia che ha coinvolto le associazioni di artigiani e la fondazione architetti Bergamo, e che consentirà ai visitatori di trovare in fiera tutti gli attori protagonisti dell'arredamento, per un confronto molto utile e interessante per tutti".

"Abbiamo aderito con molto entusiasmo a questa nostra prima partecipazione collettiva al Salone del Mobile – spiega Giacinto Giambellini, Presidente Confartigianato Bergamo –: una decina di artigiani che ben rappresentano le varie categorie legate al mondo della casa. Si tratta della prima tappa, siamo contenti di essere partiti bene; ci piace pensare che sia l'inizio di un percorso di collaborazione che si possa sviluppare ulteriormente".

"Con il coinvolgimento delle tre fondazioni che rappresentano la memoria, l'eredità e la valorizzazione del lavoro dei tre massimi esponenti dell'architettura e del design italiano – rimarca

Gianpaolo Gritti, presidente di Fondazione Architetti Bergamo – si è voluto dare un contributo alla fiera in termini di contenuti di rilievo ma accessibili a tutti. Far conoscere i

metodi e le strategie

con cui sono nati prodotti entrati nelle case di tutto il mondo è un'opportunità per le fondazioni ma anche, e soprattutto, uno stimolo per tutte le persone che visiteranno la fiera".

Stefano Rota e Marzia Pesenti (Fondazione Architetti Bergamo), hanno illustrato il programma di incontri, che fanno del Salone del Mobile anche un importante evento culturale, nell'anno in cui Bergamo e Brescia sono Capitale italiana della Cultura.

Lorenzo Cereda, presidente del Gruppo Mobili e Arredamento Ascom Confcommercio Bergamo (*nella foto a lato, ndr.*), ha sottolineato "i numerosi cambiamenti apportati dal nostro



Salone nella sua già importante storia. Torniamo dopo anni complicati, in cui si è passati dal blocco delle attività ad una iper- richiesta di prodotti e servizi. Speriamo di poter tornare a lavorare con le tempistiche adeguate. In Italia, come fiere dedicate

esclusivamente al Mobile, siamo in tre: Bergamo, Roma e Bari. L'obiettivo è di consolidarci ulteriormente, grazie alla qualità espositiva e agli eventi collaterali ad ampio respiro: ciò consentirebbe di coinvolgere ancora più persone da tutto il Nord Italia, con ricadute molto positive per il nostro Salone e per tutto il nostro territorio, anche in chiave turistica". Cereda ha infine scattato la fotografia del settore: "L'epidemia ha avuto senza dubbio un impatto fortemente negativo sulle chiusure di imprese, ma di contro ha posto l'accento sull'esigenza e la volontà di rinnovare arredi e investire nella propria casa, riponendo attenzione e priorità su valori solidi e beni durevoli. Il bonus mobili e il boom di ristrutturazioni hanno dato un forte impulso alle vendite. Ora l'onda lunga si sta esaurendo e le previsioni sono tutt'altro che rosee, come mostra il calo delle

compravendite immobiliari per effetto dei rialzi dei tassi di interesse, con un forte rallentamento nell'acquisto casa, specialmente per le nuove generazioni. La preoccupazione cresce nei nostri negozi, che molto hanno investito nel rinnovo di esposizioni e punto vendita. L'estate ha segnato una prima battuta d'arresto per gli acquisti e iniziano a calare anche le visite e le richieste di preventivi nei negozi".

Il Salone del Mobile di Bergamo quest'anno taglia il traguardo delle 18 edizioni, sempre nel segno dell'alta qualità delle ambientazioni proposte, delle (attese) novità e degli eventi collaterali studiati per far completare al meglio la visita tra gli ampi stand. Confermata l'apprezzata formula dei 'due tempi' intervallati dalla pausa infrasettimanale, che consente alle imprese espositrici di ottimizzare la propria attività e al pubblico di poter programmare la visita avendo a disposizione due week end lunghi. Complessivamente sui 13mila metri quadrati del polo fieristico (padiglioni A e B) gli amanti del design made in Italy troveranno un centinaio di brand tra i più significativi del settore, messi in vetrina da 75 imprese (oltre 50 quelle targate Bergamo) provenienti da sette regioni italiane (Lombardia in testa) e uno stato estero (Repubblica Ceca). Molto interessante il dato delle nuove imprese presenti rispetto all'ultima edizione del 2019: sono una quarantina, a conferma del lavoro di rinnovamento voluto dagli organizzatori per un ulteriore innalzamento della qualità e ampliamento della specializzazione delle proposte, arrivate in particolare dalle imprese artigiane. La Fiera di Bergamo, oltre ad essere facilmente raggiungibile con ogni mezzo, garantisce quegli ampi spazi necessari agli espositori per proporre soluzioni che, oltre a soddisfare anche le richieste più esigenti e particolari, si contraddistinguono per l'inconfondibile design italiano che il mondo ci invidia. In fiera spazio quindi ai grandi classici, come cucine, zona giorno e zona notte, arredo bagno e illuminazione; ma anche alle nuove tecnologie e ai temi green. Uno dei grandi meriti del Salone del Mobile di Bergamo sta nel permettere il

confronto tra le migliori proposte della filiera dell'arredamento, consentendo di individuare la soluzione ideale per arredare la propria casa come meglio si desidera, grazie ai consigli degli esperti e a proposte personalizzate sempre originali e di tendenza, che sono spesso sfociate in autentiche icone del design mondiale. È il caso di tanti progetti firmati da Enrico Baleri, design bergamasco di chiara fama (ma anche imprenditore, progettista e provocatore), guest star del Salone del Mobile 2023 di Bergamo, a cui sarà conferito da Promoberg il premio "Bergamo Design Award" quale attestato per la sua prestigiosa carriera; appuntamento sabato 11 novembre alle ore 15, nell'Area Talk (padiglione B). Nella sua lunga carriera Baleri è stato premiato anche con quattro Compassi d'Oro e con l'esposizione di quattro prodotti nella collezione permanente del MoMA di New York. Baleri ha progettato mobili, lampade e oggetti per Gavina, Flos, Knoll International e Alias, collaborando come art director con gli esordienti Belotti, Botta, Starck, Wettstein, Dalisi, Baroli e i maestri Hollein, Mendini, Magistretti, Mangiarotti, King e Miranda. Portano la sua firma autentiche icone del design mondiale, prodotti pensati e realizzati dando la priorità alla creatività ed alla funzionalità rispetto alle tendenze temporanee.

Per migliorare ulteriormente il proprio livello qualitativo e favorire il dialogo tra professionisti del settore, il Salone del Mobile ha stretto importanti sinergie con Confartigianato Bergamo,

Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media impresa di Bergamo (CNA) e Fondazione Architetti Bergamo (FAB). L'unione della proposta delle due associazioni di categoria si è tradotta in un'area dedicata ad una ventina di realtà artigianali, con la partecipazione in particolare di falegnami, fabbri, vetrai e marmisti, in rappresentanza di una categoria sempre più ricercata per la sua qualità e capacità di rendere unico un prodotto, mentre la Fondazione Architetti Bergamo ha curato in particolare la rassegna "In fila per tre col resto design" (due ore per incontro, con crediti

professionali per gli architetti) e una mostra dedicati a degli architetti designer che hanno creato e definito l'Italian Design famoso e celebrato in tutto il mondo: Achille Castiglioni, Franco Albini e Vico Magistretti. Il tutto grazie alla collaborazione avviata con le tre fondazioni che oggi ne custodiscono archivi e memoria e si occupano con passione e forza di gestire, diffondere e valorizzare la loro eredità: Fondazione Achille Castiglioni, Fondazione Franco Albini e Fondazione Vico Magistretti.

Gli incontri

Il programma degli incontri promossi dalla FAB, tutti di due ore con crediti professionali per gli architetti, si avvia domenica 12 novembre, dalle 17, con Franca Albini e "Il metodo Albini e il design della trasformazione". Si prosegue poi lunedì 13 novembre, dalle 18 alle 20. "Vivere alla Castiglioni" porta al Salone la Fondazione Achille Castiglioni attraverso la voce narrante di Giovanna Castiglioni, che condividerà in modo interattivo con il pubblico il metodo e il "vivere alla Castiglioni". "La semplicità è la cosa più complicata del mondo" chiude i talk della Fondazione Architetti Bergamo, sabato 18, dalle 11 alle 13, con Vico Magistretti, con i racconti e i ricordi della nipote Margherita Pellino. A Vico Magistretti è dedicata anche la mostra "Vico Magistretti. Architettura e design", curata dalla Fondazione e allestita da Chiara Corbani.

Altro imperdibile incontro è quello in programma lunedì 13 novembre, ore 20, sul tema delle "Abitudini abitative degli italiani – Qual è il ruolo dell'architettura, arte e interior design e quali scenari futuri caratterizzeranno i nuovi modelli di abitare". Il palinsesto della 'Area Talk si arricchisce quindi con il confronto tra cinque personalità dell'abitare, con gli architetti Stefano Cavazzana, Maurizio Cantergiani e Adele Sironi (progettista del paesaggio), il pittore e docente di disegno e Storia dell'arte, Emilio Belotti, e il Digital and trade marketing coordinator di Lago

Spa,

Simone Golfo. Non mancheranno, infine, gli show cooking, in particolare per quanto concerne gli aspetti tecnici legati agli usi ottimale degli elettrodomestici di ultima generazione. Orari, da lunedì a venerdì, dalle ore 18 alle ore 22; il sabato e la domenica, dalle ore 10.30 alle ore 20. Sabato 11, alle ore 10:15 è in agenda una breve cerimonia d'inaugurazione.