

# Manager e imprenditori a lezione dal campione Alessandro Costacurta

*Mercoledì 21 settembre alle 18 in Ascom dibattito tra il calciatore e il giornalista Giovanni Bruno, per l'evento "Sport e Vision: le medaglie più belle sono quelle che non si vedono"*

"Sport e Vision: le medaglie più belle sono quelle che non si vedono", una lezione di management che arriva dallo sport. Il CFMT – Centro di Formazione Management del Terziario, in collaborazione con Ascom Confcommercio Bergamo e Manageritalia Lombardia organizzano **mercoledì 21 settembre** un coinvolgente dibattito tra un grande personaggio dello sport italiano come il campione di calcio Alessandro Costacurta e Giovanni Bruno, editorialista di Sky Sport e volto esperto delle trasmissioni di informazione e approfondimento. L'appuntamento, riservato a imprenditori e manager del terziario, si svolge nella Sala Conferenze di Ascom Confcommercio Bergamo (via Via Borgo Palazzo 137) **dalle 18 alle 19.30.**

Attraverso il racconto di successi, sconfitte e aneddoti, si ripercorreranno i passi più salienti della carriera sportiva, ma non solo, del grande campione azzurro, inserito nel novero dei migliori calciatori d'Europa nel Golden Jubilee Poll dalla UEFA. Classe 1966, Costacurta, nato in provincia di Varese a Jerago con Orago, è stato una colonna della difesa del Milan, formando con Tassotti, Baresi e Maldini il reparto più affidabile della storia del calcio. In maglia rossonera ha vinto 7 scudetti e 5 Champions League; è stato un punto di riferimento della nazionale, con 59 presenze, tra cui 2 campionati mondiali e 1 europeo. Opinionista sportivo e dirigente, Costacurta, durante l'incontro racconterà la sua esperienza sportiva e imprenditoriale, tra impegno, rigore,

paure, limiti, successi e ostacoli. La metafora dello sport è sempre più considerata una pietra miliare della formazione manageriale: l'obiettivo è quello di trasferire nell'ambito aziendale le dinamiche della leadership, della motivazione costante, dell'empatia e della gestione del team.

L'incontro si apre con i saluti di Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo e Gian Mario Gambirasio, consigliere Manageritalia Lombardia e referente Manageritalia Bergamo e si chiude con l'intervento di Nicola Spagnuolo, direttore di CFMT e di Daniele Radici, founder Innovation Lab che presenterà il percorso formativo "Organizzazioni innovative...in azione!", ideato da CFMT in collaborazione con Ascom Confcommercio Bergamo e Manageritalia Lombardia con l'obiettivo di fornire ai manager strumenti utili e pratici per portare innovazione all'interno della propria organizzazione.

---

## **Longuelo Model Fest, il 18 settembre la festa del modellismo**

*Esposizione di capolavori in miniatura, esibizioni, laboratori e negozi aperti con promozioni speciali*

Longuelo si prepara a ospitare la festa del modellismo statico e dinamico domenica 18 settembre, dalle 9.30 alle 18, per le vie e gli spazi di Longuelo nella zona tra via Mattioli e via Bellini.

Nelle vie saranno esposti in 15 postazioni realizzate dalle associazioni di settore modellini di aerei, ruspe ed

escavatori, camion, mezzi agricoli, auto radiocomandate, auto crawlers, carri armati, treni, velieri e barche a vela.

Nel corso della giornata saranno proposti laboratori creativi e attività, oltre ad eventi, a partire dall'esibizione di danza, a cura dell'Associazione sportiva dilettantistica Dream School Longuelo, dalle 12 alle 15, per proseguire nel pomeriggio alle 17 con l'esibizione canora di Longuelo InCanto. Per l'intera giornata di festa, i negozi del quartiere resteranno aperti e riserveranno occasioni e promozioni speciali. Nel corso del festival saranno promosse le iniziative della rete di quartiere.

---

## Butterfly, promozioni da catturare via App nel Distretto

*Scatta il 16 settembre la caccia agli sconti virtuale: ogni farfalla catturata rappresenta una promozione o un gadget*



Con Bergamo Butterfly il distretto del commercio lancia un innovativo modello di local marketing esperienziale sfruttando la tecnologia Catch Promotion (CP). Immergendosi attraverso il proprio smartphone

nella realtà virtuale dell'App, i consumatori vivono l'esperienza promozionale come un gioco, un videogame il cui scopo è catturare farfalle, con tanto di retino; ogni farfalla rappresenta una promozione o un gadget.

In collaborazione con il Distretto Urbano del Commercio Bergamo Centro, Catch Promotion ha sviluppato il progetto "Bergamo Butterfly" destinato a coinvolgere i negozi associati alle aree del Distretto per i primi tre mesi di lancio dell'iniziativa, dal 16 settembre a metà novembre, in esclusiva sulla città di Bergamo. Attraendo nuovi clienti verso le attività retail grazie al marketing esperienziale, ai consumatori viene offerta un'esperienza originale e divertente, che li invoglia a visitare i negozi di vicinato della nostra città, pur potendo giocare da qualsiasi punto della provincia di Bergamo e in qualsiasi momento.

CP offre infatti agli utenti di dispositivi mobili che si trovano in tutta la provincia di Bergamo – per ora – sconti e promozioni attraverso i quali si può conoscere e indirizzare il comportamento di acquisto dei clienti, coinvolgerli, connettersi con loro e incrementare le vendite.

Catch Promotion permette di raccogliere in tempo reale dati utili per il marketing, come i feedback sulle promozioni messe in palio.

CP è inoltre un modo sostenibile di fare promozione: grazie all'eliminazione di carta stampata, la nostra App aiuta a ridurre l'impatto ambientale delle aziende, offrendo inoltre una maggiore flessibilità rispetto alle campagne tradizionali: se i risultati della promozione non risultano soddisfacenti, l'offerta può essere modificata in tempo reale senza sprechi di tempo e costi aggiuntivi.

Catch Promotion è totalmente customizzabile: il PdV decide quantità, tipologia (sconti, buoni spesa, gadget etc.) e tempistica delle promozioni, e dove posizionarle (aree all'interno di centri commerciali, piazze, parchi etc.); tutti gli elementi grafici (farfalle, retini, realtà virtuale) possono inoltre essere adattati a qualsiasi brand, aprendo anche possibilità di co-marketing fra attività complementari o con una clientela simile, creando collaborazioni che generano

benefici per tutte le realtà coinvolte.

## **Bergamo Butterfly**

Catch Promotion si può scaricare gratuitamente negli App Store. Una volta installata l'applicazione, l'utente si registra e un tutorial scritto e vocale spiega come funziona l'App. Una volta giunto in zona gioco, lì dove sono posizionate le promozioni, l'utente visualizza sul suo display delle farfalle, che può catturare grazie all'utilizzo di un retino. Per ogni farfalla catturata, nel menu laterale viene visualizzata la promozione corrispondente. Se interessato alla promozione, l'utente può recarsi presso il punto vendita per usufruirne, altrimenti può "liberare" la farfalla rendendo la promozione di nuovo disponibile nel circuito. Ogni promozione corrisponde ad una farfalla. Si possono tenere massimo 3 promozioni differenti come il numero degli slot disponibili. La stessa farfalla/promozione può essere catturata una sola volta o più volte dallo stesso utente a discrezione del promotore. Il numero di retini/tentativi quotidiani è limitato e viene rinnovato ogni giorno entrando nell'area indicata sulla mappa. Ogni utente ha a disposizione dei retini. Terminati questi retini, per il resto della giornata l'utente non potrà più giocare. Nel caso alcune delle promozioni catturate non risultino interessanti, l'utente può eliminarle. Le promozioni rifiutate non saranno più disponibili per il giocatore e saranno rimesse nel circuito. Il giorno successivo, o comunque 24 ore dopo la chiusura dell'App, l'utente riceverà i nuovi altri retini.

---

## **Benzinai allo stremo per i**

# rincari energetici: “Urge un supporto dalle compagnie petrolifere”

*Bollette fuori controllo e margini risicati: si rischia la chiusura*



Renato Mora

I rincari di energia stanno mettendo in ginocchio i benzinai. Le associazioni di categoria che rappresentano i gestori di distributori di carburanti- Fegisc Confcommercio, Faib Confesercenti e Fegica Cisl- hanno chiesto alle compagnie petrolifere in un'accorata lettera congiunta un intervento urgente a sostegno della rete.

L'aumento- da 3 fino a 4 se non 5 volte- del prezzo del Kwh pagato ante crisi, a margini che restano estremamente risicati e invariati, rischia infatti di provocare una miscela dirompente per una categoria che si trova ad affrontare un difficile tornante della propria storia, dopo quello determinato dalla pandemia.

I benzinai sono in affanno e in grande sofferenza economica, a

seguito dell'aumento esponenziale del prezzo dell'energia elettrica necessaria per condurre, nel rispetto degli impegni contrattuali, gli impianti. A ciò si somma una contrazione nelle vendite come effetto della crisi e della riduzione degli spostamenti in auto. L'aumento dei costi di gestione ben oltre le soglie dell'inflazione, spinge sempre più benzinai a riflettere sulla possibilità di continuare la propria attività.«Anche se abbiamo rivisto contratti di fornitura e ridotto l'illuminazione allo stretto necessario, ci troviamo a pagare bollette salatissime- commenta Renato Mora, presidente del Gruppo Gestori distributori carburante Ascom Confcommercio Bergamo- A differenza di altre imprese, per onorare i contratti con le compagnie non possiamo agire sui prezzi del carburante, né avere la flessibilità necessaria per condurre un'azienda in termini economici e autonomi. Di contro, se gli accordi rendono complesso, ma non impossibile, intervenire sui prezzi al pubblico, si andrebbe a rialzare una cifra che, nonostante l'intervento per la riduzione delle accise, continua a essere percepita dalla clientela come "molto elevata"». Senza contare il fatto- sottolinea Mora- che la riduzione delle accise e il relativo gravoso onere è stato interamente finanziato dalle gestioni in funzione delle loro giacenze nei serbatoi: «A marzo 2022 ci siamo trovati dall'oggi all'indomani con un decreto che ha previsto 30 centesimi di sconto sulle accise, con serbatoi pieni di carburante per cui avevamo versato interamente le imposte. Il che si traduce in una perdita media che sfiora e in certi casi supera i 10mila euro a impianto».

Di fronte a una situazione di particolare gravità e a una crisi che, a oggi, nessuno è in grado di prevedere, i benzinai chiedono nella lettera alle compagnie petrolifere «uno sforzo economico che preveda un intervento significativo a favore delle gestioni, con l'obiettivo di stabilizzare la situazione e impedire che ciascuno assuma iniziative per ridurre le sofferenze del proprio bilancio. L'obiettivo è quello di passare con il minore danno la crisi contingente senza

“distruggere” quanto di buono si costruisce giorno per giorno con gli automobilisti» .

È in gioco la sopravvivenza di attività che servono il settore e la mobilità di imprese e cittadini: «Se non si riuscisse a intervenire entro tempi rapidi- scrivono le associazioni di categoria- i gestori non potranno che trovare le ragioni per scongiurare il fallimento della propria attività, anche superando, data la situazione di forza maggiore incontestabile, limiti e obblighi derivanti dal quadro degli accordi economici assunti».

---

# Il Gran Premio di Monza mette il turbo al turismo nella Grande Bergamo

*Pienone negli hotel, indotto stimato in 3milioni e 140mila euro per il terziario bergamasco*



Gran premio Monza 2022

Dopo un agosto da incorniciare, con tassi di occupazione anche in città mai toccati nell'ultimo ventennio e l'aeroporto che ha sfiorato il record storico, settembre si avvia nel migliore dei modi per il turismo, mettendo il turbo per il Gran Premio di Monza. Impossibile o quasi trovare posti letto nel week-end



in città e nella Grande Bergamo, salvo spingersi fuori, dal lago alle valli. L'entusiasmo Ferrari, al netto delle ultime delusioni sportive, e la voglia di rianimare spalti e tribune del circuito senza le restrizioni delle ultime due edizioni, fanno raggiungere quasi il sold-out come dichiarato dal presidente dell'Autodromo Giuseppe Radaelli nei giorni scorsi. Ad aggiungere nuovo appeal al Gp la ricorrenza del centenario: il circuito più veloce del mondo, tra la variante Ascari e la curva del Serraglio, è il più antico a ospitare ancora gare di F1, tanto che venne inaugurato il 3 settembre del 1922 con il secondo Gran Premio d'Italia.

L'onda rossa dei tifosi porta vivacità nelle prenotazioni anche a notevole distanza dal circuito, data la difficoltà, a partire in particolare da venerdì nel trovare un posto dove trascorrere la notte. L'effetto Gran Premio sulle prenotazioni, storicamente importante anche per la presenza sul territorio di aziende di primo piano legate all'industria automobilistica, è quest'anno particolarmente impattante: "Già da una settimana si fatica a trovare posti letto negli hotel in città e hinterland, che in buona parte hanno già assegnato le camere da mesi a tour operator specializzati- commenta Alessandro Capozzi, presidente del Gruppo Albergatori Ascom Confcommercio Bergamo-. I numeri sono senz'altro da pre-pandemia, ma la passione per il Gp coinvolge quest'anno anche i comuni della provincia, oltre alla Bassa, fino a spingersi nelle valli. Dopo l'agosto migliore per il turismo degli ultimi vent'anni, settembre sta andando oltre le attese: anche la settimana scorsa e quella successiva al Gran Premio sono state particolarmente intense tra arrivi e partenze".

Il tasso di occupazione degli alberghi della città e della Grande Bergamo sarà del 95%, la quasi totalità degli oltre 10 mila posti letto messi a disposizione delle strutture alberghiere e extralberghiere presenti. Notevole, secondo le stime di Ascom Confcommercio Bergamo, anche l'indotto che per tutto il settore del terziario sarà di 3.140.000 euro per il

fine settimana.

---

# **Tour della salute, professionisti Ascom del fitness in piazza della Libertà il 3 e 4 settembre**

*Screening e test gratuiti per un check-up in piazza*

Fa tappa a Bergamo sabato 3 e domenica 4 settembre il «Tour della Salute», l'evento itinerante, giunto alla quarta edizione, che da giugno a settembre coinvolge 12 città italiane, con l'obiettivo di sensibilizzare i cittadini sull'importanza della prevenzione e sulla necessità di condurre uno stile di vita sano. L'appuntamento è in Piazza della Libertà, con accesso libero, a partire dalle 10 del mattino.

Ascom Confcommercio Bergamo, attraverso il Gruppo Libere Professioni, supporta l'iniziativa con la partecipazione di professionisti e operatori del fitness. Per sottolineare l'importanza della prevenzione e promuovere un corretto stile di vita sarà dato ampio spazio all'attività fisica, con esibizioni, lezioni e dimostrazioni di associazioni sportive e istruttori. «L'obiettivo è quello di promuovere lo sport per tutti, come strumento di aggregazione, a prescindere da ogni barriera di età, di prestanza o condizione fisica- sottolinea Matteo Mongelli, presidente del Gruppo Libere Professioni Ascom Confcommercio Bergamo-. L'iniziativa ha inoltre lo scopo di sensibilizzare i cittadini sull'importanza della prevenzione, mettendo a disposizione (durante le due giornate)

screening gratuiti di tipo cardiologico, diabetologico e audiometrico e, da quest'anno, lo sportello d'ascolto per rispondere all'incremento post pandemia di disturbi psicologici anche nei giovanissimi».

Nel corso di entrambe le giornate, con partenza da piazza della Libertà (sabato alle 17 e domenica alle 11) si terrà la Camminata Metabolica: una passeggiata di circa un'ora adatta a persone di tutte le età.

## Il tour

Bergamo è l'unica tappa lombarda a ospitare la manifestazione, patrocinata da Comune e Federfarma Bergamo, con il contributo di Eg Stada Group. All'interno del Truck Hospitality, attrezzato con cinque ambulatori, sarà possibile sottoporsi a test di autodiagnosi e primi screening: da quello diabetologico e nutrizionale, a quello cardiologico con elettrocardiogramma, dal test baropodometrico al controllo dell'udito. Qualificati esponenti delle società scientifiche Sid e Siprec forniranno consulti medici gratuiti, offrendo consigli sulla prevenzione e gestione delle malattie cardio metaboliche, ma anche suggerimenti in riferimento a una corretta alimentazione, all'attività fisica da svolgere. Test e screening effettuati nelle edizioni precedenti nell'ambito del Tour della salute hanno permesso di rilevare diverse patologie, in particolare problemi cardiologici, scongiurando gravi rischi per la salute degli ignari cittadini sottoposti ai check-up gratuiti. Il Truck Hospitality quest'anno si arricchisce dello Sportello d'ascolto con qualificati specialisti aderenti alla Federazione Italiana Psicologi, per rispondere all'incremento di disagi e difficoltà registrati nelle fasi pandemica e post-pandemica.

Per informazioni: [consulenza@ascombg.it](mailto:consulenza@ascombg.it)

---

# Bollette in vetrina, costi fuori controllo per luce e gas

*Ascom aderisce alla campagna Fipe. Costi raddoppiati o triplicati per energia*

Anche Bergamo accende i riflettori sulla drammatica situazione che stanno vivendo i pubblici esercizi e alberghi con bollette di gas e luce aumentare il doppio o il triplo rispetto ad un anno fa: secondo il nuovo Osservatorio di Confcommercio per il monitoraggio dei costi delle fonti energetiche, il gas in un anno è cresciuto del 143,5% e l'energia elettrica del 126,3%.

Ascom Confcommercio Bergamo sensibilizza così consumatori e politici orobici aderendo alla campagna "Bollette in Vetrina", promossa da Fipe Confcommercio nei giorni scorsi. A partire da oggi i gestori dei pubblici esercizi e degli alberghi associati ad Ascom riceveranno una cornice da appendere nei propri locali per mettere in bella vista le ultime bollette del gas e dell'energia elettrica.

«Il rincaro dei costi di energia e gas è un problema drammatico – afferma Diego Rodeschini, presidente del Gruppo Caffè Bar Ascom Confcommercio Bergamo-. Forse più della stessa pandemia, dove ristori e ammortizzatori sociali hanno potuto in parte lenire le perdite e il sistema ha retto».

Infatti, se stiamo ai numeri, bar, ristoranti, alberghi e locali da ballo bergamaschi hanno tenuto nel biennio della pandemia con un + 0,6%, grazie in particolare all'aumento del numero dei ristoranti, il 9,1% in più rispetto al 2019.

«Le fasi della pandemia hanno costituito delle vere e proprie “montagne russe” per le imprese che in due anni hanno prodotto strappi di ripartenza e cadute verticali e oggi il settore turistico è segnato dalle ferite ma ancora numericamente e qualitativamente forte – spiega Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo-. Gli imprenditori hanno resistito mettendo i risparmi di anni di lavoro o indebitandosi oltre misura. Ora, la mazzata dei rincari di energia e gas metterà a rischio molte delle nostre imprese».

Le perdite economiche per il settore della ristorazione e dell'ospitalità durante la pandemia sono state notevoli. Tra la fine di febbraio 2020 e la primavera 2021, secondo le stime di AscomConfcommercio Bergamo, i due comparti hanno perso circa 871 milioni di euro; dall'autunno 2021 fino alla primavera 2022 si stima una perdita di ulteriori 65 milioni di euro per l'effetto del green pass rafforzato, che ha limitato il consumo nei locali. Al netto degli ammortizzatori sociali, dei ristori governativi e di delivery ed asporto nella prima fase la perdita per ciascuna attività è stata di oltre 42.000 euro, mentre nella seconda fase, per effetto green pass rafforzato, di circa 16.000 euro.

«Mediamente ciascuna delle 4.100 imprese bergamasche, costituite per lo più da piccoli bar, ristoranti e pizzerie, ha subito una perdita di 50.000 euro, che è stata coperta con i risparmi di una vita ed è stata aggravata dall'aumento vertiginoso dei debiti, peraltro con il grave problema della prossima scadenza delle moratorie – continua Fusini -. I quattro mesi di ripresa piena del lavoro, a partire dal 1° maggio data, in cui è caduto completamente l'obbligo del green pass nei pubblici esercizi, non hanno compensato le perdite. E a questa situazione così difficile si aggiungono i rincari di gas e energia. Per questi motivi abbiamo deciso di chiedere ai nostri associati di mettere in piazza le loro bollette per far capire alle persone che vedono oggi bar e ristoranti pieni le difficoltà che i nostri imprenditori stanno attraversando»

L'Associazione orobica oltre a promuovere l'iniziativa di sensibilizzazione voluta da Fipe – Confcommercio ha in agenda una serie di richieste da fare alla politica. «Crediamo che siamo urgenti alcune misure: l'estensione del credito d'imposta anche alle imprese a torto considerate non energivore e non gasifere; un ristoro certo e immediato per i costi straordinari e insopportabili che le imprese stanno subendo; una misura straordinaria di sospensione delle scadenze» conclude Rodeschini.

Per informazioni sull'iniziativa è possibile contattare l'area consulenza di Ascom Confcommercio Bergamo: [consulenza@ascombg.it](mailto:consulenza@ascombg.it)- Il materiale è scaricabile dal sito dell'Associazione [www.ascombg.it](http://www.ascombg.it).

---

## **Cambiano le regole sulle forniture nella filiera alimentare**

*Il Decreto legislativo 198/2021 rivede termini di pagamento e obbliga a contratti in forma scritta. Approfondimento in Ascom il 14 settembre*

Il Decreto legislativo 198/2021 sulle Pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agroalimentare, entrato in vigore quasi in sordina il 15 giugno, sta destando grande preoccupazione tra commercianti e pubblici esercizi. La norma ridefinisce le relazioni tra acquirenti e fornitori di prodotti agricoli e alimentari, superando l'articolo 62 del DL 1/2012. La nuova disciplina porta con sé importanti e sostanziali novità nei rapporti commerciali e di fornitura, dall'obbligo di redarre contratti di cessione in forma scritta

della durata di almeno 12 mesi, ai termini perentori di pagamento fissati a 30 giorni dalla fornitura per i prodotti deperibili e a 60 giorni per quelli non deperibili. A suscitare particolare timore anche il regime sanzionatorio, con multe estremamente pesanti che vanno dai 2mila ai 30mila euro a seconda della violazione.



Giampietro Rota

*“Questa legge porta con sè un ulteriore appesantimento degli adempimenti amministrativi a carico delle aziende- sottolinea **Giampietro Rota**, presidente del Gruppo Grossisti Vini e bevande Ascom Confcommercio Bergamo-. Il provvedimento è già legge, ma mancano oltre all’informazione alle aziende, l’interpretazione autentica e le norme di attuazione: le imprese brancolano nel buio”.*

*“La norma ha risvolti finanziari preoccupanti perché obbliga ad accorciare sensibilmente i termini di pagamento in settori, dal piccolo commercio ai pubblici esercizi, che stanno iniziando ora a vedere un minimo di ripresa dopo due anni da dimenticare- sottolinea il direttore Ascom Confcommercio Bergamo **Oscar Fusini**- . La legge, pur lodevole nei suoi obiettivi in attuazione della direttiva comunitaria a tutela dei piccoli produttori, sta paradossalmente andando a colpire altre piccole attività e imprese familiari della filiera, dai commercianti, ai bar e ristoranti”.*

Al fine di informare e fare chiarezza sul tema e sulla

normativa, rispetto a cui Confcommercio non ha mancato di sottoporre diverse criticità, Ascom Confcommercio Bergamo sta cercando di fornire prime importanti indicazioni agli operatori. E, al fine di approfondire nei dettagli il contenuto della normativa ha organizzato per il **14 settembre alle ore 15** un incontro esplicativo con **Roberto Cerminara**, responsabile del settore Commercio e Legislazione di Confcommercio Imprese per l'Italia.

La norma coinvolge nella nostra provincia oltre 10mila imprese, di cui 4654 dettaglianti alimentari, 2921 bar e pubblici esercizi, 1733 ristoranti, 547 grossisti della filiera alimentare e 333 alberghi.

### **Le principali novità della norma**

Il decreto legislativo si applica alle cessioni di prodotti agricoli e alimentari, eseguite da fornitori che siano stabiliti nel territorio nazionale, indipendentemente dal fatturato, ma non riguarda i contratti di cessione conclusi tra fornitori e consumatori. I contratti di cessione devono essere redatti in forma scritta e devono rispettare i principi di trasparenza, correttezza, proporzionalità e reciproca corrispettività delle prestazioni. L'atto scritto deve essere stipulato prima della consegna dei prodotti ceduti ed indicare la durata, le quantità e le caratteristiche del prodotto venduto, il prezzo, che può essere fisso o determinabile.

Sulla base di criteri stabiliti nel contratto, le modalità di consegna e di pagamento. L'obbligo della forma scritta può essere assolto, anche, con alcune forme equipollenti quali: documenti di trasporto o di consegna, fatture, ordini di acquisto con i quali l'acquirente commissiona la consegna dei prodotti a condizione che gli elementi contrattuali sopra indicati siano, comunque, concordati tra acquirente e fornitore mediante un accordo quadro.

La durata dei contratti di cessione non deve essere inferiore



a dodici mesi, salvo deroga motivata. L'obbligo di durata annuale non si applica ai contratti di cessione nel settore della somministrazione di alimenti e bevande (ristoranti, bar e altri pubblici esercizi).

Per i prodotti agricoli e alimentari deperibili, il pagamento non può avvenire oltre i 30 giorni dal termine del periodo di consegna, che diventano 60 per i prodotti non deperibili.

Non è possibile annullare, da parte dell'acquirente, ordini di prodotti agricoli e alimentari deperibili con un preavviso inferiore a 30 giorni.

La vendita sottocosto dei prodotti agricoli e alimentari freschi e deperibili, è consentita solo nel caso di prodotto invenduto a rischio di deperibilità, oppure, nel caso di operazioni commerciali programmate e concordate con il fornitore in forma scritta.

I controlli saranno svolti da un nuovo organo: l'ICQRF, che può avvalersi dell'Arma dei Carabinieri e, in particolare, del Comando Carabinieri per la tutela agroalimentare, oltre che della Guardia di finanza.

Le sanzioni sono pesanti e vanno dai 2000 euro ai 30 mila euro a seconda della violazione e del fatturato dell'impresa.

---

## **Negozi storici, da Regione Lombardia 56 nuovi riconoscimenti**

*10 indirizzi cittadini e 46 in provincia tra le 456 nuove*



*attività regionali* Nel novero delle attività storiche lombarde entrano 56 insegne bergamasche, di cui 10 in città e 46 in provincia. Negozi, locali e botteghe artigiane che hanno fatto la storia di piccoli centri, borghi e vie cittadine,

dal 1850, questo l'anno di fondazione dell'impresa più longeva, a quella più recente, al 1982, anno che segna il requisito minimo dei 40 anni.

Le 456 nuove attività storiche lombarde si aggiungono alle 2396 imprese già iscritte nell'apposito elenco che in totale si compone di 2848 realtà.

Alle attività storiche è dedicato un apposito sito internet ([www.attivitastoriche.regione.lombardia.it](http://www.attivitastoriche.regione.lombardia.it)) in cui sono riportate tutte le informazioni per richiedere il riconoscimento e i nomi e la descrizione delle attività già riconosciute. A loro è dedicato anche un bando che annualmente viene riproposto.

L'edizione di quest'anno ha visto finanziati tutti i progetti presentati dalle attività e ritenuti ammissibili da Regione Lombardia grazie alla scelta dell'assessore allo Sviluppo Economico, Guido Guidesi, di aumentare la dotazione finanziaria portandola a 7,7 milioni di euro.

“Sono realtà straordinarie che rappresentano un patrimonio economico e di tradizioni socioculturali dei nostri territori molto importante – ha affermato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, Guido Guidesi. Ogni giorno incontro artigiani e commercianti che nonostante le difficoltà decidono di non mollare perché amano il loro lavoro; il riconoscimento ha soprattutto questo significato, ringraziare chi continua a fare grande la Lombardia”.

**Albino**

Acerbis Minimercati ed altri esercizi (1969)

Cugini 1850, Commercio al dettaglio di calzature e accessori (1850)

### **Almenno San Bartolomeo**

Mobili Rota (1974)

Ristorante La Frasca (1891)

### **Alzano Lombardo**

Cartolibreria Nani (1890)

Ditta Terzi Mercerie e Tessuti (1883)

Ravasio Moda (1960)

### **Ardesio**

Albergo Ristorante Bar Da Giorgio (1968)

### **Bergamo**

Abbigliamento Benzoni, Via Piatti (1968)

Conti Casalinghi, Via XXIV Maggio (1964)

Daverio 1933, Via Tasso (1982)

Italo Tresoldi Forno Artigianale, Via XXIV Maggio (1977)

Lavasecco arlecchino di Rota Luigi, Via Carlo Alberto (1963)

Mafioletti Giosuè Restauro e Antichità, Via Spino (1981)

P.t.b Centro Produzioni televisive, Via Suardi (1981) P

Salumeria Mazzoleni, Via Statuto (1966)

Tatum, Abbigliamento, Via Colleoni (1975)

Viaggi Lorandi, Largo Porta Nuova (1923)

## **Borgo di Terzo**

Nicola Acconciature & Co. (1967)

## **Bossico**

Trattoria Colombina (1979)

## **Branzi**

Ristorante Bettina (1964)

Ristorante Hotel Corona (1953)

## **Brembate**

Panificio Casati (1974)

## **Brignano Gera d'Adda**

Lanzeni Mario Pietre da vivere (1970)

## **Capriate San Gervasio**

La gabbia (1954)

## **Carona**

Ristorante Carona (1954)

## **Casnigo**

Panificio Zucca (1880)

## **Castione della Presolana**

La Griglia Da Bramante (1977)

Pasticceria Presolana (1970)

## **Cerete**

Savoldelli Maria Adelina (1960)

## **Clusone**

Petrogalli Moto (1977)

## **Credaro**

Abbigliamento Cadei (1975)

Ristorante pizzeria La Cascina (1982)

## **Dalmine**

Gioielleria Cornali (1956)

## **Gandellino**

Trattoria Da Martino (1956)

## **Lovere**

Bar Centrale (1975)

## **Medolago**

Panificio Cazzaniga (1939)

## **Piazzatorre**

La Bottega di Aronne e Gabriele (1967)

## **Ponte San Pietro**

Panificio Longaretti (1968)

## **Pradalunga**

Tabaccheria n.3 Mogni (1950)

## **Rota d'Imagna**

Panificio Mazzucco (1971)

## **Sarnico**

Cerdelli (1979)

### **Seriate**

Scaccabarozzi mobili (1959)

### **Sovere**

Bar Roma (1968)

### **Stezzano**

Daminelli (1982)

### **Suisio**

Caglioni Carmela (1946)

La Rivierasca Bar Trattoria(1964)

Lavasecco Diana (1978)

Previtali A. & Figlio (1947)

### **Torre Boldone**

Don Luis (1975)

### **Treviglio**

Foto Attualità Cesni (1957)

### **Verdellino**

Tabaccheria n.1 (1961)

### **Zanica**

Cereda Mobili (1951)

### **Zogno**

“Da Gianni” Ristorante (1956)

# Una montagna di botteghe, riflettori puntati sui negozi in quota

*L'iniziativa del Festival della montagna ha creato una rete per garantire il futuro del piccolo commercio* Nell'ambito del



Festival della montagna, l'iniziativa "Una montagna di botteghe" ha saputo creare una rete pubblico-privato per sostenere, promuovere e garantire il futuro delle piccole botteghe di montagna, come indispensabile presidio sociale del territorio. Tra

febbraio e marzo il Gal Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi hanno organizzato sul territorio dei focus group per consultare i rappresentanti del commercio montano sulle sfide quotidiane a cui trovare soluzioni in modo partecipativo per creare una solida rete tra pubblico e privato. Gli incontri hanno visto la partecipazione dei gestori di bottega, dei produttori di generi alimentari, dei rappresentanti di associazioni di categoria, dei referenti dei distretti del commercio coinvolti e delle amministrazioni locali. Qual è il futuro e quale la strada da intraprendere per i negozi in quota? In cima alle opportunità si trova quella della bottega multiservizi, con consegna a domicilio, ritiro pacchi, oltre ai servizi destinati al turismo. I punti forti dell'identità dei piccoli negozi montani sono la buona relazione con i

clienti, la tipicità e qualità dei prodotti locali, la collaborazione con i produttori e la valorizzazione dei prodotti locali. Lo sviluppo del turismo rurale, incentivato dallo smart working e l'appeal dello shopping montano che non sembra aver perso smalto, rappresentano delle macro tendenze a livello turistico che non possono che giovare all'economia locale. Ascom Confcommercio Bergamo, che ha partecipato ai focus group, ha evidenziato, in accordo con le altre associazioni, alcuni dati emersi dal suo osservatorio privilegiato, a fianco degli imprenditori del terziario e alla promozione dello sviluppo locale attraverso i distretti del commercio. "Il consumo di prodotti locali è in aumento anche se resta un commercio di nicchia- ha sottolineato Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio-. Di fatto i negozi sono, in quota come non mai, dei veri presidi del territorio e degli ambasciatori dei prodotti tipici e a km zero. Il valore per il territorio e per lo sviluppo delle economie locali è insostituibile". Nell'ambito del progetto, di particolare interesse il percorso di sensibilizzazione per le scuole. Con "Le botteghe di montagna vanno a scuola" si sono avvicinati gli studenti della scuola primaria alle botteghe, percepite non solo come luoghi di vendita ma come spazi d'incontro, scambio e promozione dei prodotti locali, come opportunità di multiservizio in ascolto dei bisogni degli abitanti dei piccoli paesi. I bambini hanno costruito una vera e propria mappa del paese e delle sue vetrine, dei prodotti e dei servizi offerti e, grazie agli incontri sul territorio con i gestori delle imprese, si è costruito l'identikit del bottegaio e della bottegaia. I commercianti si sono resi disponibili a un'intervista in classe: l'incontro con i bottegai ha stimolato l'organizzazione di laboratori per sperimentare le attività che vengono realizzate in negozio e gli alunni hanno proposto etichette creative per i prodotti in vendita. Il terzo incontro con le scuole ha permesso di immaginare la bottega del futuro, coinvolgendo i ragazzi nella costruzione della bottega del domani. La classe ha creato logo, spot pubblicitario e volantino di presentazione della



bottega e ha stabilito nei dettagli l'organizzazione ipotetica di un evento di promozione, oltre a progettare i negozi dagli arredi agli spazi ai servizi. Il percorso è stato accompagnato da "Gaia la bottegaia" una talpa di peluche che ha fatto compagnia ai bambini negli incontri. Il concorso fotografico "Una bottega vicina in uno scatto" ha ritratto in belle immagini i nostri negozi tipici.