

Fusini (Ascom); “Ecco rischi e prospettive del commercio bergamasco”

Il territorio, inteso come bisogni e stili di consumo dei cittadini e offerta commerciali, è in profonda trasformazione. Gli ultimi anni hanno accelerato alcune tendenze e portato ad una diversificazione dell'offerta.

I numeri



Oscar Fusini

Dati confortanti per il terziario bergamasco. Il numero di attività al 31 marzo 2016 è di 23.050, l'1,22% in più rispetto allo stesso periodo del 2015. In città le aziende sono 4.006, il 1,35% in più rispetto al 2015. In generale, prosegue l'incremento del numero dei pubblici esercizi e della ristorazione che nel giro di un anno sono aumentati del 2,87%, il dato è evidente soprattutto in città dove hanno raggiunto quota 596 (+5.17% rispetto al 2015). L'apertura o la riapertura di bar e ristoranti è eccedente rispetto ad un mercato che resta comunque in difficoltà. Torna a crescere anche il settore alimentare dell'1,11%; anche per questo

comparto il dato più evidente si registra in città con un incremento dei negozi alimentari del 7,41% rispetto al 2015 con 275 attività. L'aumento è dovuto all'effetto dell'apertura di attività di consumo sul posto. I negozi non alimentari restano stabili, soprattutto in provincia con +1,05% (6.136 attività), dove alle chiusure di contrappongono nuove aperture nell'ambito delle stesse tipologie; il settore fatica di più in città (+0,45% rispetto al 2015 con 1.109 attività), dove la rete dei negozi di abbigliamento e calzature continua a soffrire. Sempre in crescita gli ambulanti (+6,10% rispetto al 2015) soprattutto extracomunitari, anche se con un trend in calo rispetto agli anni precedenti. Più difficile è la situazione dei servizi alle imprese e degli ausiliari del commercio, entrambe in leggero calo (-0,69% rispetto 2015), in particolare gli agenti di commercio, i cui numeri negli ultimi anni erano sensibilmente cresciuti come sbocco lavorativo dovuto alla crisi del manifatturiero. Per quanto riguarda le zone in crescita sono la città, l'hinterland e la pianura, in difficoltà l'offerta commerciale nelle valli. I dati positivi tracciano il ritorno di una certa effervescenza nei settori del terziario. Sono dati che ci fanno piacere ma che chiedono una discreta cautela. Anche l'Osservatorio del Credito di Confcommercio ha di recente documentato, per questi primi mesi dell'anno, una crescita della fiducia degli imprenditori, un aumento del livello dei ricavi e un miglioramento della situazione relativa all'occupazione. C'è sicuramente una ripresa di fiducia sia da parte degli imprenditori che dei consumatori, ma non esiste ancora una concreta ripresa della domanda. Mi pare che la via giusta sia stata imboccata, ma sarà ancora lunga e complessa. Sia a livello cittadino che provinciale sono in crescita tutte quelle attività legate all'ospitalità, segno che il turismo sta realmente divenendo un settore trainante per la nostra economia. E questo accade soprattutto in città. I flussi turistici del nostro aeroporto iniziano ad intercettare anche l'offerta cittadina, grazie a tutto il lavoro di promozione che viene fatto a livello istituzionale. La crescita del numero dei negozi alimentari è

inoltre legato non solo alla presenza di un maggior numero di turisti, ma anche ad un cambiamento dello stile dei consumi dei bergamaschi che amano uscire di più e trovare una maggior diversificazione dal punto di vista dell'offerta più ampia, perché le nuove attività riguardano in particolare il consumo sul posto.

Consumi

Si assiste ad un approccio all'acquisto più frammentato e alla riduzione della spesa media in tutti i settori, i cui fattori si possono rintracciare in un restringimento del reddito disponibile e in una maggiore selettività nell'acquisto e sensibilità al prezzo. Da parte del cliente è cresciuta la mobilità e la capacità di spostamento, il desiderio di acquisire maggiori informazioni sul prodotto, grazie ad Internet, e sono aumentati gli acquisti via e-commerce.

Il territorio

Il territorio è suddiviso nell'area aree urbana con hinterland, area montana con le valli, l'Isola, la zona della Val Cavallina e della Val Calepio con il lago e la Bassa bergamasca. Negli ultimi anni la città ha diminuito il numero di attività, anche se questo dato è in controtendenza nell'ultimo trimestre, ed ha guadagnato l'hinterland; hanno perso le valli montane a favore della pianura e delle valli non alpine, mentre ha guadagnato la Bassa. Gli effetti risentono della maggiore mobilità dei cittadini, dei flussi dei residenti e degli investimenti infrastrutturali che riguardano il sistema delle tangenziali nell'area omogenea, le aspettative riguardo a Brebemi sulla bassa, l'effetto dell'aeroporto sul turismo.

I settori

Negli anni abbiamo registrato una riduzione costante del settore commercio, un aumento significativo del settore turismo, una diminuzione dei servizi alle imprese ed una

crescita dei servizi alla persona. Nel commercio, anche in quello di vicinato, dal punto di vista degli occupati abbiamo registrato un aumento delle dimensioni e degli addetti. Con lo sviluppo dell'aeroporto, il turismo leisure è diventato un fattore importante per il centro cittadino e l'hinterland, oltre che per le zone montane nel periodo invernale e dei laghi per il periodo estivo. L'effetto Expo si è fatto sentire in città, così come si sta facendo sentire nella zona del Sebino l'effetto Christo. Negli ultimi anni si è arricchito anche il turismo religioso e culturale, soprattutto nei luoghi giovannei.

La creazione di impresa

Natalità di impresa – Storicamente, le imprese nascevano per subentro, per compravendita, per passaggio generazionale o per creazione di nuova impresa. Il rapporto era di due a uno. Oggi il fenomeno si è ribaltato a uno a due (una ceduta, due create ex novo). Imprese nuove significa da un lato attività con meno storicità e minore avviamento; imprese che richiedono maggiore assistenza sul versante del credito ed in generale sullo start up; dall'altro sono però imprese giovani e maggiormente innovative, che richiedono più investimenti sul versante finanziario. Il rischio è che nuove attività significhi maggior discontinuità nella proposta.

Mortalità di impresa – La mortalità d'impresa è sempre stata storicamente attorno dal 2 al 4% (700 imprese circa su 27.000), oggi è salita al 7 al 8% (1600/1800 su 21.000) e si dovrebbe assestare tra il 4 e il 5 % (900\1000 su 23.000). Maggiore turnover significa minore stabilità per la proprietà immobiliare, per gli erogatori dei servizi e per la società.

Le reti – I distretti del commercio sono stati la novità della politica regionale per il sostegno al commercio. Oggi in Bergamasca si contano 28 distretti del commercio – 3 urbani e 25 diffusi -, che riuniscono 126 comuni su 254 e oltre il 60%

dei punti vendita di vicinato coinvolti. Negli ultimi anni sono nati i distretti dell'attrattività che hanno sostituito i sistemi turistici e alcune funzioni delle Comunità montane. Oggi in Bergamasca i distretti dell'attrattività sono 10 e riuniscono l'offerta commerciale di 177 comuni e delle 7.670 attività commerciale presenti in quei territori. I vantaggi che ne derivano sono: integrazione del commercio e del turismo, partnership pubblico e privato, riduzione del numero di aree di riferimento. Il fenomeno dei distretti, conseguenza anche della riduzione delle risorse pubbliche e dei contributi erogati a pioggia, ha potenziato il sostegno all'innovazione, alla sicurezza, alla sostenibilità ambientale e sta contribuendo alla riduzione del rischio desertificazione nei centri urbani.

*** Direttore di Ascom Confcommercio Bergamo**

Dalmine, l'Ascom all'incontro su gioco d'azzardo e Codice etico



Putting Money Into the Slots

Il comune di Dalmine, in collaborazione con l'Ambito Territoriale, ha promosso una pluralità di azioni volte alla prevenzione ed alla riduzione delle conseguenze negative del gioco d'azzardo patologico. Tali azioni hanno ottenuto il sostegno ed il finanziamento da parte dell'assessorato Sicurezza e Territorio di Regione Lombardia che ha finanziato il progetto all'interno del bando "per lo sviluppo e il consolidamento di azioni di prevenzione e contrasto alle forme di dipendenza dal gioco d'azzardo lecito". Il gioco d'azzardo è un fenomeno che nell'ultimo ventennio si è reso protagonista di una diffusione capillare trasversale a tutte le fasce della popolazione. Le stime, le indagini promosse sia a livello nazionale che a livello locale evidenziano sempre di più elementi di forte preoccupazione per l'impatto che questo fenomeno ha sulle persone più fragili, sulle famiglie, sull'intero sistema sociale. Il consiglio comunale di Dalmine, nella seduta dell' 11 aprile scorso, ha approvato delle modifiche al regolamento comunale di applicazione della TARI che introduce sgravi fiscali per gli esercenti che decidono di dismettere apparecchi elettronici per il gioco d'azzardo. Il medesimo regolamento prevede in modo diversificato sgravi anche per gli esercenti che intendono aderire alla sottoscrizione del Codice Etico, promosso dal tavolo inter-istituzionale costituito presso il Dipartimento Dipendenze dell'Asl della Provincia di Bergamo lo scorso anno.

All'incontro del prossimo 22 giugno (ore 15, nella sala consiliare del comune di Dalmine) saranno presenti: rappresentanti delle associazioni di categoria Ascom e Confesercenti, il responsabile dell'U.0. prevenzione e interventi di prossimità dell'ATS di Bergamo e sarà l'occasione per illustrare nel dettaglio le misure adottate. Durante l'incontro saranno presentati anche i primissimi dati relativi alla mappatura dei locali con installato apparecchi da gioco censiti sul territorio dell'Ambito di Dalmine e le azioni che si stanno realizzando in collaborazione con i numerosi partner. "Il codice etico -

afferma il sindaco di Dalmine Lorella Alessio, presidente dell'assemblea dei Sindaci – è uno strumento condiviso al tavolo inter-istituzionale costituito presso l'Ats ed ha visto coinvolti oltre al Dipartimento dipendenze della stessa Ats, rappresentanti della questura, delle polizie locali, delle associazioni dei consumatori, dei gruppi di auto-mutuo aiuto, degli enti accreditati, di numerose associazioni che si occupano di prevenzione e cura del gioco d'azzardo patologico". "Riconoscere lo sgravio fiscale non solo a coloro che dismettono apparecchi da gioco ma anche a quanti decidono di sottoscrivere il codice etico promosso dall'Ats, è un tentativo di promuovere azioni che vadano nella direzione culturale ed educativa di ricercare punti di incontro tra la situazione legislativa attuale che permette tale attività e processi che possano tutelare e proteggere le persone più deboli".

Le sette insegne che hanno partecipato all'incontro

Ecco le sette insegne presenti all'incontro promosso da Assofranchising e Ascom Confcommercio Bergamo

CAREDENT

CareDent è un gruppo internazionale di cliniche odontoiatriche in franchising che fornisce cure dentistiche di alta qualità al miglior prezzo. Punti di forza del marchio CareDent sono: la presenza di tutte le specialità odontoiatriche, l'alta qualità dei trattamenti garantita da medici di elevata

professionalità e l'impiego di materiali con marchi di primaria importanza mondiale. Principale caratteristica del franchising CareDent è il format innovativo per un mercato italiano con enormi potenzialità di crescita.



E
R
B
O
R
I
S
T
E
R
I
E
F
A
R
M

ANATURA

Se cercate di immaginare un punto vendita Farmanatura, cancellate l'idea di un vecchio negozio di ispirazione olistica. Farmanatura non è un negozio di medicine alternative, né una profumeria naturale, né un negozio di alimentari Bio. Farmanatura è un moderno punto vendita specializzato, in grado di soddisfare le più ampie esigenze di benessere nell'ottica del naturale. Farmanatura nasce nel 1996 realizzando un punto vendita con una proposta innovativa ed originale. La mission è quella di migliorare il grado di benessere del cliente con una proposta commerciale chiara, corretta e moderna senza sconfinare in comportamenti esasperati.

FIORITO

Fiorito è un franchising italiano di fiori e piante in cui il cliente è sempre il protagonista assoluto: liberamente guarda, sceglie e decide cosa acquistare con la formula del "Fai da Te". Primo in Italia, con la sua formula del libero servizio, Fiorito nasce nel 2009. È frutto di un progetto innovativo e rivoluzionario che ha saputo, attraverso metodi ed idee nuove, trasformare con successo il mercato del fiore. Fiorito propone in Italia un concetto unico ed innovativo riguardante in particolare la vendita di fiori recisi, piante verdi e fiorite, composizioni già pronte e bouquet già confezionate, accessori.

TRYBA

Primo e unico franchising in Italia di finestre, porte e tapparelle in Pvc e alluminio. Scegliere Tryba oggi significa divenire ambasciatori di un'azienda di riferimento e riconosciuta al primo posto nel mercato degli infissi in Europa da 35 anni. La cura del dettaglio e la ricerca dell'eccellenza sono le priorità dei collaboratori Tryba. L'innovazione associata alla disciplina industriale e al savoir-faire artigianale assicurano una dinamica di lavoro tra le più efficaci.

KIDS&US

Kids&Us è l'innovativo metodo che insegna l'inglese ai bambini a partire dal primo anno di età, basandosi su quello che è il naturale processo di apprendimento della lingua materna. Un metodo che parte dall'ascolto per poi passare alla comprensione, alla parola e solo infine alla lettura e scrittura. Kids&Us adotta una full immersion linguistica servendosi dell'intera capacità di apprendimento innata nei bambini ovvero attraverso giochi, racconti, canti e balli. Le classi sono suddivise in base alle fasce di età: Babies (1 e 2 anni) dove i più piccoli seguono le lezioni accompagnati da uno dei genitori, Kids (dai 3 agli 8 anni), Tweens (dai 9 ai

12 anni) e Teens (dai 13 ai 18 anni).

IDRONI

iDroni è un brand nato da un' idea di imprenditori attivi da oltre 15 anni nel settore del franchising operativo in Italia. Il loro know-how proviene dal mondo delle telecomunicazioni e, grazie all'esperienza maturata nel settore, si propone come prima rete di affiliazione e franchising nel settore SAPR, avvalendosi di ampie analogie con il mercato specialist della telefonia e It. La sede operativa e amministrativa è a Bergamo.

LATTERIA UGOLINI

Latteria Ugolini, gelateria self-service d'eccellenza, è da sempre garanzia di qualità assoluta. L'ottimo prodotto, unito ad una formula di offerta che passa attraverso la possibilità del cliente di creare il proprio gelato autonomamente scegliendo formato (cono o coppetta), gusti e decorazioni, sancisce il successo del format. Inoltre tutti i gelati sono senza glutine e preparati al momento, i sorbetti, senza lattosio e addolciti con fruttosio, sono anche adatti ad una dieta vegana. Il format di negozio necessita di poco personale, il processo di preparazione è facile ed intuitivo, la profittabilità finale è alta.

Malvestiti: “Un settore importante, capace di creare e formare imprenditori”

di Paolo Malvestiti*



Paolo Malvestiti

E' con piacere che oggi ospitiamo una delle tappe del tour promosso da Assofranchising, che ha toccato già diverse città italiane. Ringrazio il presidente di Assofranchising Italo Bussoli che ha scelto la nostra città e la nostra Associazione per approfondire insieme al mondo imprenditoriale bergamasco questo modello di fare impresa. Il franchising si sta facendo strada anche nella nostra provincia come strumento di innovazione e di flessibilità, non solo per chi vuole aprire una nuova attività ma anche per chi vuole riconvertire la propria. Pur non essendoci una fonte diretta di rivelazione degli esercizi che aderiscono alle diverse forme di affiliazione, è evidente che a Bergamo, in particolare nel centro città e nelle gallerie dei centri commerciali, siano molti gli imprenditori che abbiano scelto questa forma d'impresa. Formula che può essere un'ottima opportunità per chi vuole mettersi in gioco, con minori rischi. Il franchising è sicuramente uno dei format commerciali più innovativi e flessibili che sfidano il mercato, e nello stesso tempo documentano come il terziario rimane, nonostante tutto, un settore in fermento, ricco di proposte e di iniziative sempre nuove, anche in un contesto congiunturale di grave difficoltà economica.

Ciò che è più significativo è l'apprezzamento dei consumatori per un modello distributivo in grado di rispondere alle esigenze di un mercato orientato verso il miglior rapporto prezzo-qualità, soprattutto nelle categorie che fanno da traino come la ristorazione, gdo food, l'abbigliamento e le

agenzie immobiliari. Altro aspetto importante del franchising è la capacità di creare e formare imprenditori, elemento fondamentale nel contesto attuale proprio per la fragilità di una parte di questa nuova classe imprenditoriale che si affaccia sul mercato. Queste motivazioni ci hanno spinto ad aprire nei mesi scorsi nella nostra sede uno sportello dedicato al franchising, che vuole da un lato assistere i potenziali affiliati e dall'altro fare da "ponte" tra Assofranchising e gli imprenditori bergamaschi che, forti della propria esperienza lavorativa, desiderano estendere il proprio business. Il nuovo servizio si aggiunge alle tante proposte di assistenza all'impresa e all'imprenditore che Ascom mette a disposizione dei propri associati che, in un momento di difficoltà come l'attuale, vogliono innovarsi e aprirsi ad un mercato più ampio. Prima di chiudere un ringraziamento va a Emanuele Basile coordinatore degli Sportelli franchising, a Pietro Bresciani che coordina lo sportello di Ascom e a tutti coloro che interverranno durante questa giornata di lavoro.

* presidente dell'Ascom Confcommercio Bergamo

Il convegno / Bussoli: «Il franchising ha tenuto testa anche alla crisi»

A Bergamo il presidente di Assofranchising: «A parte una leggera flessione nel numero di punti vendita, tutti gli altri indici sono in crescita: giro d'affari, insegne e occupati». «Le prospettive? Sono ancora positive». In sofferenza agenzie turistiche, gioiellerie, bigiotterie e cosmetica

Mediatori immobiliari, Fimaa entra in Fiabci e allarga l'orizzonte operativo



Santino Taverna

Fimaa, la Federazione italiana mediatori agenti d'affari aderente a Confcommercio – entra in Fiabci, la Federazione Internazionale delle professioni immobiliari, come principal member. Fiabci ha ratificato l'ingresso nel consiglio nazionale del presidente Fimaa, Santino Taverna, del componente della giunta esecutiva di Fimaa con delega all'internazionalizzazione, Alessandro Simonetto, e del consigliere nazionale Davide Bisi. "Il rientro di Fimaa Italia in Fiabci rappresenta un'importante occasione di sviluppo oltrefrontiera per i nostri soci, che potranno aggiungere una dimensione internazionale alle attività dei propri associati, acquisire conoscenze e sviluppare reti ottimizzando le opportunità di business nei 60 Paesi del mondo dove Fiabci è presente" commenta il presidente Taverna. "L'adesione di Fimaa, tramite l'Associate Member Scheme, – spiega il

presidente Fiabci Italia Antonio Campagnoli – contribuirà ad aumentare la visibilità del mercato italiano nel mondo. Fiabci ha una presenza capillare nelle principali fiere immobiliari mondiali. Solo da giugno a dicembre 2016 sono oltre 30 gli eventi a cui contribuiremo attivamente, fra questi Mipim Japan, Cityscape Korea e Expo Real. Non ultimo – continua Campagnoli – Fiabci organizzerà a Quito a ottobre un side event nell’ambito di Habitat III promosso dalle Nazioni Unite per la definizione della ‘New Urban Agenda’. Fimaa e i suoi soci hanno la possibilità di partecipare all’unica federazione ad ombrello che unisce a livello mondiale mediatori, investitori, gestori, consulenti e le principali Università che si occupano di immobiliare”.

Fondazione Enasarco, Costa è il nuovo presidente



Gianroberto Costa

Il Consiglio d’Amministrazione della Fondazione Enasarco, eletto mercoledì 8 giugno dall’Assemblea dei delegati, si è

insediato e ha eletto all'unanimità il nuovo Presidente della Fondazione nella persona di Gianroberto Costa, Segretario Generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza . Nel corso della seduta sono stati eletti anche i due Vice-presidenti: Giovanni Maggi e Costante Persiani. Laureato in Giurisprudenza, nel 1988 diventa segretario generale di Anced (Associazione nazionale centri commerciali al dettaglio). Dal 1990 è componente della commissione ministeriale di esperti (per la legge 41/86) incaricata di realizzare il piano di rinnovamento dei mercati generali e dei centri commerciali all'ingrosso nelle principali città italiane. Dal 2000 al 2009 è segretario generale di Confcommercio Lombardia. Dal 2006 al 2015 è nel Cda di Cibiesse – CFMT Business School. Dal 2007 al 2009 presiede la Commissione sindacale per il rinnovo del Contratto nazionale dei dirigenti del terziario. Dal 2007 è presidente dell'Osservatorio regionale della Lombardia (ente bilaterale in materia di mercato del lavoro). Dal 2009 al 2014 è consigliere di amministrazione di Isap (Istituto per la Scienza dell'Amministrazione Pubblica).

Commercianti over 50, Bergamo si prepara per olimpiadi

La manifestazione organizzata da 50 & Più in programma dall'11 al 19 settembre a Pisticci, in Basilicata. Meloncelli: «La speranza è di ampliare la squadra». Aperte le adesioni

Turismo digitale, giornata di formazione rivolta agli operatori

Confcommercio Lombardia, Assintel e Fiavet Lombardia patrocinano “Digital Tourism Think Tank” l’evento innovativo dedicato agli operatori del settore turistico in programma il 20 giugno, dalle 9.30 alle 18.30, nella sede della Regione Lombardia, in Piazza Città di Lombardia, a Milano. Durante la giornata, verranno proposti momenti formativi di aggiornamento sulle risorse digitali, sarà possibile partecipare a incontri one-to-one, a tavole rotonde e a meeting informali. La partecipazione all’iniziativa è gratuita. Il TTT promuove, in sostanza, la formazione e l’aggiornamento nelle tecnologie digitali innovative per accrescere la qualità dell’offerta turistica. Il format è infatti concepito per favorire incontri relazionali e sinergie tra operatori della filiera, al fine di aumentare la visibilità e la promozione delle destinazioni turistiche e degli operatori della Lombardia. L’iniziativa è rivolta a tutti gli operatori della domanda e dell’offerta turistica lombarda.

Info sul programma: <http://www.tttourism.com/schedule/>

Dal fiorista self service ai corsi di lingua per bebè, il

franchising si presenta agli imprenditori bergamaschi

Mercoledì 15 giugno all'Ascom fa tappa il tour di Assofranchising, dedicato agli aspiranti imprenditori e a chi vuole convertire la propria attività. In programma un convegno e incontri personalizzati con sette marchi