

Legge di Bilancio. Commercianti soddisfatti a metà

Soddisfatti a metà i commercianti bergamaschi per la nuova legge di Bilancio, approvata lo scorso 30 dicembre ad un soffio dall'esercizio provvisorio.

“La nuova legge è ampia ed articolata e serviranno settimane e diversi adempimenti e circolari per interpretarla – commenta Giorgio Beltrami, vicepresidente di Ascom Confcommercio Bergamo-. La stampa si sta focalizzando su quota 100 e reddito di cittadinanza, ma ci sono molte altre norme che incidono profondamente sui nostri settori. Alcuni di questi provvedimenti sono stati ottenuti grazie all'intervento delle nostre organizzazioni, quindi il Governo ha ascoltato diverse nostre istanze. Altri sono fortemente penalizzanti, mentre mancano alcuni interventi ritenuti strategici dalla nostra Associazione”.

Ma andiamo per ordine. Ci sono alcuni emendamenti della nuova legge che riguardano molto da vicino il terziario, come la reintroduzione strutturale degli indennizzi per le attività commerciali in crisi, il credito d'imposta per le edicole, l'esclusione degli ambulanti dalla direttiva Bolkestein, la conferma del Bonus mobili. A questi si aggiungono due provvedimenti che incidono sul settore immobiliare: l'opzione data ai comuni di aumentare la fiscalità locale e l'introduzione della cedolare secca sulle locazioni di immobili commerciali.

“Per esempio questi due temi, che sono punti fondanti della leva immobiliare, non sappiamo se e come incideranno sulla riduzione dei canoni immobiliari, fondamentale per la sostenibilità del commercio nei centri urbani – spiega Beltrami-. Almeno per quanto riguarda il peso fiscale sarebbe

stato necessario andare nella direzione della riduzione del prelievo per favorire canoni più calmierati”.



Giorgio Beltrami

La nuova legge, secondo Ascom, presenta due pericoli: la reintroduzione delle clausole di salvaguardia dell'Iva che rappresenta una spada di Damocle per gli imprenditori in quanto continuerà a pesare sulla scelta degli investimenti futuri e il possibile aumento della pressione fiscale nei prossimi tre anni, a partire dalle imposte locali: Imu, Tasi, Irap e addizionali.

I vertici di Ascom sono anche perplessi sia sul reddito di cittadinanza che su quota 100. “Sicuramente i nostri imprenditori avrebbero preferito un provvedimento che potesse aiutare le imprese a creare lavoro e a dare una possibilità di futuro stabile alle persone. Mentre quota 100 così come è stata rivista sembra scontentare le attese di molti lavoratori”.

Mentre erano altre le attese del settore: “Gli interventi sulle edicole, sugli ambulanti e sulle attività commerciali in crisi, seppur positive, sono misure tampone ma non strutturali per la ripresa del commercio” spiega il vicepresidente di Ascom. Il Governo, per rilanciare il terziario, deve rivedere in profondità il Decreto Bersani, entrato in vigore ormai da vent'anni sia attraverso una ridefinizione del commercio elettronico sia con misure nuove di programmazione per le medie superfici di vendita e i poli logistici”.

Secondo l'associazione di via Borgo Palazzo, le medie superfici di vendita devono essere sopposte, come avviene per le grandi superfici, alle conferenze di servizi e allo stanziamento di contributi a favore delle imprese più piccole che soffrono, "altrimenti assisteremo al propagarsi di insediamenti commerciali di medie e grandi dimensioni in aree extraurbane e allo spegnimento dei centri urbani" dice Beltrami.

Così come, secondo Ascom Confcommercio Bergamo, i centri logistici devono essere sottoposti agli stessi provvedimenti che interessano i centri commerciali, "in caso contrario – continua il vicepresidente – sulle arterie dei comuni nei quali essi gravitano si creerà un movimento di furgoncini che graverà moltissimo sulla circolazione e sulle nostre strade che già soffrono".

Infine nella programmazione regionale delle grandi superfici dovrebbero rientrare anche le attività di somministrazione "per arginare i continui ampliamenti di centri commerciali con nuove aperture di bar e ristoranti a discapito dei centri urbani. Altro capitolo è la fiscalità del commercio elettronico – conclude Beltrami -. E' stata introdotta l'imposta sui servizi digitali, ma dovremo capire se le misure sono sufficienti a riequilibrare il rapporto di forza con il commercio tradizionale più in difficoltà".

Alcuni dei principali provvedimenti contenuti nella Legge di Bilancio (box o nella foto)

- reintroduzione della rottamazione delle attività commerciali in crisi
- conferma del Bonus Mobili
- credito d'imposta per le edicole
- esclusione degli ambulanti dalla direttiva Bolkestein

- aumento della fiscalità locale
 - introduzione della cedolare secca sulle locazioni di immobili commerciali.
 - credito d'imposta per adeguamento tecnologico per invio corrispettivi
-

Diamante naturale e sintetico: Sfide e opportunità

“Diamonds are forever”, cantava Shirley Bassey con la sua voce potente e ancora prima di lei, l'icona senza tempo, Marilyn Monroe, incantava tutti con “Diamonds are a girl's best friend”.

In effetti i diamanti continuano ad essere i migliori amici delle donne, ma anche i migliori alleati degli uomini che li scelgono per le occasioni molto speciali, di emozioni profonde.

La loro difficoltà estrattiva dai giacimenti, però, porta ad una diminuzione dei loro volumi a livello globale che tende a valorizzarli, mentre contemporaneamente avviene una inevitabile importante crescita del mercato dei diamanti artificiali utilizzati su larga scala da sempre per lavorazioni industriali.

Ma cosa sono esattamente i diamanti sintetici, quale la loro composizione, come si distinguono e quale il loro valore? A queste domande hanno risposto gli esperti durante il convegno

“I diamanti sintetici opportunità ed insidie” che si è tenuto in Ascom Confcommercio Bergamo in collaborazione con l’Associazione Orafa Lombarda.

Alessandro Riva, Presidente del Gruppo Gioiellieri Orefici e Antiquari di Ascom Bergamo Confcommercio, Loredana Prosperi, Responsabile del Laboratorio di Analisi IGI, Daniele Oldani, Presidente Dettaglianti AOL e Maurizio Piva, Presidente Comm. Pietre AOL hanno presentato tutti gli strumenti necessari per far capire la “natura” del diamante sintetico, le metodologie di produzione, i canali di commercializzazione, la vendita al consumatore finale e molto altro.

Grazie alla New Diamond Technology (NDT) è stata sviluppata una tecnologia, chiamata HPHT, che consente addirittura la crescita di più diamanti sintetici all’interno della stessa cella con conseguente tirature molto più grandi: si possono contemporaneamente produrre ben fino a 16 cristalli grezzi!

Otticamente il diamante sintetico è uguale a quello naturale, ha la stessa composizione chimica e fisica ed è distinguibile solo con un accurato esame gemmologico, ma il suo prezzo e ovviamente il suo valore è notevolmente inferiore rispetto a quello estratto naturale.

“Il diamante sintetico è una realtà commerciale, e può diventare un’opportunità ma ci sono anche delle insidie perché gli operatori devono essere in grado di riconoscere questo materiale, che dal punto di vista ottico è uguale al diamante naturale ma ha un costo decisamente inferiore proprio perché come prodotto industriale se ne può produrre quanto se ne vuole, mentre il diamante naturale in quanto prodotto della natura e ci vogliono ere geologiche di migliaia di anni per formarsi, è un vero unico dono della natura”, come spiegato dalla gemmologa Loredana Prosperi supportata dal presidente Riva anche lui gemmologo.

Nonostante il diamante sintetico non sia una novità (il primo

risale al 1954), negli ultimi anni è stato registrato un aumento della sua produzione e di richiesta soprattutto come possibile proposta per i cosiddetti "Millennials", la nuova generazione che appunto si "apre" a uno stile di vita diverso rispetto alle generazioni precedenti. Maggiore attenzione al "green", rispetto verso l'ambiente da parte dell'industria, nuove tecnologie, riduzione dei consumi: tutti fattori che si rivelano determinanti anche riguardo alla scelta di preziosi e semipreziosi.

La nuova generazione, potrebbe inizialmente preferire il diamante sintetico rispetto a quello naturale perché associa di primo acchito la sua estrazione ai famosi "blood diamonds", resi tristemente celebri dall'omonimo film sulle guerre africane, con protagonista Leonardo Di Caprio.

Come spiega Prospero, però, "il problema dei diamanti insanguinati è stato risolto più di 15 anni fa con la nascita della certificazione Kimberley Process ([n.d.r.] che definisce un processo di verifica e controllo sulla provenienza) a cui partecipano tutti i produttori di diamante naturale per garantirne l'origine. Quindi, da quel punto di vista è già etico il prodotto".

Inoltre, l'escavazione di minerali di partenza per la produzione del diamante sintetico deve avvenire comunque perché la grafite da cui inizia il processo industriale viene estratto con modalità e rischi identici rispetto a quelli del diamante tradizionale, ma questo viene spesso dimenticato.

Il trend del diamante artificiale è stato abbracciato ora anche da colossi, come De Beers, e importanti aziende di gioielli, segnando una rivoluzione all'interno del mondo della gioielleria semipreziosa dove è entrato in modo crescente negli ultimi anni abbinato perlopiù ad argento altri metalli ed oro di bassa caratura in alcuni casi.

"Adesso può essere certamente una realtà economica e

commerciale”, nota Prospero ma aggiunge che la scelta di venderli o no è assolutamente molto personale. “Se una persona, va in una mostra per ammirare la Gioconda vuole vedere l’opera originale e non una fotografia o una copia. Un prodotto originale è un’altra cosa”, sottolinea.

Opinione questa che appunto condivide e sottolinea fermamente anche il presidente del Gruppo Gioiellieri, Alessandro Riva, che parla di una sfida importante dove la professionalità diventa per fortuna sempre più importante necessaria “perché ci sono due prodotti completamente diversi: uno ha una storia e l’altro è un prodotto creato per esigenza di puro marketing, ed il cui valore diminuirà nel tempo progressivamente e mai certamente potrà rivalutarsi come invece accade per il diamante naturale. Dal punto di vista del mercato è certamente un nuovo modo di mettersi in gioco”.

Però, sottolinea nuovamente Riva “è lo stesso discorso di un prodotto originale d’epoca e di un prodotto che viene riprodotto e copia l’oggetto antico originale. Un valore ha l’oggetto antico un altro l’oggetto riprodotto che solo lo imita”.

Nasconde, però, dei rischi questo ingresso nella gioielleria? Secondo Prospero il rischio è sempre e solo quello delle imitazioni, come succede nel mercato della pelletteria firmata o di pregio e con le borse di imitazione.

Tuttavia, come spiega l’esperta, “chi vuole l’originale non andrà a comprare la copia”. In ogni caso, è fondamentale il controllo in tutti i mercati anche se “il diamante naturale per l’importanza che ha è molto più controllato di quanto non si creda”.

Importanza che si percepisce subito quando una persona vuole regalare un oggetto di valore sentimentale ed economico che segni un momento speciale, poi rimanga in famiglia ed infine possa essere anche un buon investimento, e che mai per stessa

ammissione di De Beers potrà essere sostituita dal sintetico.

“Il gioiello infatti si dona in un momento particolare della propria vita, un sintetico che non ha valore non viene regalato per la nascita di un figlio. Viene regalato qualcosa che ha valore e rappresenta un’emozione”, aggiunge Prosperi e sottolinea che il gioiello si distingue anche per la sua unicità che può essere caratterizzata anche dai difetti, che proprio perché prodotto della natura accresciutosi in ere geologiche però lo rendono unico speciale ed irripetibile.

D'altronde, come nota Riva “un gioiello è un oggetto che un orafo vive, e valorizza ciò che il tagliatore prima ha reso particolare con tagli diversi partendo dal grezzo, e ci mette del suo con la sua straordinaria umana abilità manuale rendendo il gioiello particolare ed eccezionale. Il sapore e il sentore dell’oggetto originale è unico quando il gioiello è irripetibile”.

Saldi invernali: andamento discreto

Moderato ottimismo per i saldi invernali. E' questo quanto si percepisce tra i commercianti bergamaschi dopo l'avvio delle vendite di fine stagione, che come succede negli ultimi anni solo nei primi giorni e nei primi weekend segnano i numeri più significativi.

“I primi giorni sono andati discretamente bene sia a livello bergamasco ma anche in generale in Lombardia dove lo scontrino medio è stato di circa 90-95 euro”, commenta Diego Pedrali, presidente del Gruppo abbigliamento, calzature e articoli sportivi di Ascom Confcommercio Bergamo e componente della

giunta nazionale Federazione Moda Italia.

L'andamento di quest'avvio dei saldi, con una percentuale di sconto nella provincia di Bergamo attorno al 30%, ha avuto quindi riscontri positivi, nonostante il Black Friday abbia "creato svantaggi nei confronti dei saldi portando la gente ad acquistare prima".

Per questo motivo, il presidente del Gruppo abbigliamento nota che si deve riflettere "se conviene posticipare la data dei saldi per dare opportunità ai negozianti di vendere con maggiore margine di stagionalità. Infatti, Federmoda in collaborazione con Format Research ha effettuato negli anni precedenti un sondaggio per chiedere se sia giusto posticipare a fine gennaio o ai primi di febbraio i saldi, oppure lasciare la massima libertà al commerciante di poter fare delle svendite per tutto l'anno. La maggioranza degli operatori commerciali ha espresso che occorre posticipare le vendite a prezzi ribassati".

Da combattere anche il problema delle svendite a forma celata che come evidenzia Pedrali "purtroppo avvengono dappertutto e la multa per chi non rispetta le regole non è molto elevata, mentre vanno introdotte regole e tasse anche sulle vendite via web".

Nonostante le offerte "nascoste" del periodo pre-saldi, il 61% dei consumatori aspetta il periodo ufficiale delle promozioni di fine stagione per poter risparmiare e si orienta di più nella qualità che al prezzo.

Quest'anno gli articoli più venduti, soprattutto nelle province del Nord d'Italia, non sono stati quelli tipicamente invernali date le condizioni climatiche straordinarie di quest'inverno: "Mentre è successo il contrario al Sud dove hanno chiesto anfibi, stivali, piumini".

Come, però, un commerciante può attirare la clientela? Secondo Pedrali "l'unico sistema con cui conquistare il cliente è la

professionalità, come accade nei negozi del vicinato dove c'è il dialogo con il cliente, per far sì che questo abbia risolto ogni suo dubbio e quesito che si pone scegliendo un capo", che come nota se è difettoso, grazie al decreto legge n.24 del 2002, può essere sostituito o riparato entro due anni dal suo acquisto.

Rinnovo abbonamento canone speciale RAI per pubblici esercizi

Si ricorda che l'abbonamento speciale alla RAI per gli apparecchi televisivi e radiofonici presenti negli esercizi pubblici andrà rinnovato entro il 31 gennaio 2019.

Gli importi del canone non hanno subito nessuna variazione rispetto al 2018 e sono consultabili al seguente link: <http://www.canone.rai.it/Speciali/Categorie.aspx>.

Per quel che concerne le modalità di pagamento, si ricorda che, oltre alla tradizionale modalità di pagamento attraverso i bollettini di c/c postale che la RAI invia alle imprese prima della scadenza, è ora disponibile anche il servizio di addebito diretto (c.d. "SEPA") che consente di pagare il canone con addebito dell'importo direttamente sul conto corrente bancario (cfr. Circolare Fipe n. 69/2018).

Per tutte le altre informazioni (modalità di pagamento, variazioni, disdette, ecc.) si rinvia al sito della RAI consultabile al seguente indirizzo <http://www.canone.rai.it/Speciali/Speciali.aspx>.

Ai sensi dell'art. 16 comma 2 della Legge n. 488/1999, il canone speciale per la televisione ricomprende anche quello per la radio; pertanto, i soggetti che hanno nel proprio locale sia radio che televisione sono tenuti a pagare solo il canone per la televisione, mentre i soggetti che hanno la radio ma non la televisione, saranno tenuti al pagamento del canone speciale per gli apparecchi radiofonici.

La Federazione ha avviato da tempo un tavolo di confronto con la RAI con la finalità di ridefinire i criteri di tariffazione del canone speciale, ormai obsoleti in quanto ancorati alla classificazione dei pubblici esercizi in categorie da tempo disapplicata. Come primo risultato concreto, la RAI, su richiesta ed impulso della Federazione, si è impegnata ad attivare nei prossimi mesi, e comunque prima dell'avvio della prossima stagione estiva, un mini-abbonamento speciale di durata trimestrale attivabile in qualsiasi momento dall'utente, a seconda delle sue specifiche esigenze. Sarà cura di questa Direzione fornire tempestivi aggiornamenti sulla questione.

Una campagna valorizza le arance italiane

Ortofrutta Italia lancia fino al 22 marzo una campagna nazionale per favorire i consumi di arance made in Italy. Per scaricare la locandina e avere maggiori informazioni: www.ascombg.it - tel. 035 4120135 - mail alessandro.rota@ascombg.it

FederModaMilano: saldi invernali milanesi 2019 da 430 milioni di euro

Da domani 5 gennaio al via a Milano, come nel resto della Lombardia, i saldi invernali: la stima delle vendite di FederModaMilano (Confcommercio Milano) è di 430 milioni di euro, con un acquisto medio a famiglia di 362 euro e, a persona, di quasi 170 euro. Lo sconto medio dei saldi invernali milanesi – stima FederModaMilano – sarà dal 30 al 40%.

Renato Borghi, presidente di FederModaMilano (Confcommercio Milano), commenta: “A Milano le stime sui saldi sono leggermente migliori rispetto al dato nazionale e dello scorso anno. Auspichiamo che questi saldi rispecchino le attese degli operatori del fashion retail e risvegliino i consumi. Nei negozi di prossimità si troveranno ‘vere’ occasioni, attenzione al consumatore, personalizzazione e affidabilità del servizio”.

“I saldi – prosegue Borghi – sono la risposta dei negozi di vicinato al world ‘wild’ web e rappresentano anche una sorta di rito collettivo che esalta l’attrattività di Milano e dei Comuni dell’area metropolitana. Serve, però, un cambio di marcia nei consumi che può arrivare solo da una ripresa economica più solida. Auspichiamo che il 2019 parta nel segno della fiducia anche con questi saldi. Noi, con le nostre vetrine, la nostra professionalità e il nostro modo di fare impresa, ce la mettiamo tutta ed auspichiamo che da Milano possano giungere segnali positivi”.

Con l'avvio dei saldi invernali 2019 ritorna la tradizionale iniziativa dei "Saldi chiari" promossa da FederModaMilano (Confcommercio Milano) in sintonia con le associazioni dei consumatori.

Carte di credito. Durante i saldi l'operatore commerciale non può rifiutare il pagamento con carta di credito.

Cambi merce. Il dettagliante si impegna a sostituire, se possibile, o a rimborsare i capi acquistati che presentano gravi vizi occulti così come previsto dal Codice Civile ed in particolare dalle norme di recepimento della Direttiva 1999/44/CE.

Nel caso di non corrispondenza della taglia, il capo verrà sostituito con prodotti disponibili all'atto della richiesta di sostituzione. Qualora non fosse possibile la sostituzione per mancanza di capi o per mancato gradimento da parte del cliente, l'operatore rilascerà un buono acquisto di pari importo del prezzo pagato relativo ai capi da sostituire. Buono che il cliente dovrà spendere entro i successivi 120 giorni dall'emissione dello scontrino fiscale (che dev'essere presentato).

Prova prodotti. Il cliente ha diritto di provare i capi per verificarne la corrispondenza della taglia e il gradimento del prodotto. Sono esclusi dalla facoltà della prova i prodotti che rientrano nella categoria della biancheria intima e quei prodotti che, per consuetudine, non vengono normalmente provati.

Uniformità dei prezzi. Le catene di negozi che effettuano saldi si impegnano a porre in vendita gli stessi prodotti agli stessi prezzi. In caso di variazione del prezzo, la variazione viene praticata contemporaneamente in tutti i punti vendita della catena.

Riparazioni. Se il costo per l'adattamento o la riparazione dei capi acquistati è a carico del cliente, l'operatore

commerciale deve darne preventiva informazione al cliente stesso e deve inoltre esporre, in modo ben visibile, un cartello informativo sul quale si dichiara espressamente che le riparazioni sono a carico del cliente.

Contenzioso. Eventuali contenziosi fra consumatori e imprese che aderiscono a “Saldi Chiari” saranno esaminati e giudicati dallo sportello di conciliazione istituito dalla Camera di Commercio.

Addio ai cotton fioc in plastica

Stop ai cotton fioc. Dal 1 gennaio i bastoncini dovranno essere tutti compostabili e biodegradabili.

Capodanno, a Bergamo lavoro per 858 imprese

Con 858 imprese e 2.372 occupati Bergamo raggruppa il 10,4% delle imprese lombarde che ci occupano di attività legate al Capodanno, tra cui alimentari, attività ricreative e vendita di materiali vari.

Tra i principali settori legati ai festeggiamenti della notte di San Silvestro, al primo posto ci sono le attività di

ristorazione senza somministrazione con preparazione di cibi da asporto, con oltre 36.000 esercizi commerciali nel Paese. Secondo un'elaborazione della Camera di commercio di Milano Monza Brianza, ci sono 4.615 negozi al dettaglio in cui acquistare giocattoli e 154 aziende di produzione di vino spumante altri vini speciali.

Saldi al via sabato, si spenderanno 140 euro a persona

Da sabato 5 gennaio anche a Bergamo, come in tutta la Lombardia, sarà possibile fare acquisti a prezzi scontati.

Secondo i calcoli di Confcommercio, il giro di affari complessivo sarebbe di circa 5 miliardi, mentre oltre 15 milioni di famiglie saranno interessati alle occasioni.

La spesa media prevista, anche a Bergamo, dovrebbe aggirarsi tra i 280 e i 325 euro a famiglia e la spesa pro capite in abbigliamento, calzature e accessori tra i 122 e i 140 euro.

Sui saldi invernali pesa il Black Friday, che quest'anno ha spinto molti a fare acquisti scontati anticipati. «Questo è stato l'anno in cui più si è sentito l'impatto del Black Friday – spiega Oscar Fusini, direttore di Ascom Bergamo –. Molti a novembre hanno abbassato i prezzi e questo ha determinato una stasi delle vendite sino a 10 giorni prima di Natale. Adesso la stagione parte con gli sconti che numerosi punti vendita hanno già anticipato in forma privata. C'è un problema di regole e di sostenibilità. I grandi competono con i piccoli con regole diverse di ingaggio, a iniziare dall'e-

commerce, che dovrà essere regolato ricorrendo alla web tax».

Lecito domandarsi se nelle condizioni attuali hanno ancora senso le vendite scontate di fine stagione. «Sì – risponde Fusini – se però le si porta più avanti, a fine gennaio, e si tiene “sotto protezione” il periodo di Natale». Quanto alle previsioni per questa stagione, «non siamo ottimisti – chiosa il direttore di Ascom –. Il Black Friday ha sottratto risorse, ci auguriamo che le vendite siano al livello dello scorso anno».

Per il corretto acquisto degli articoli in saldo, Ascom Confcommercio Bergamo ricorda alcuni principi di base: la possibilità di cambiare il capo è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante, a meno che il prodotto non sia danneggiato; non c'è l'obbligo della prova dei capi; le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante; i capi proposti in saldo devono avere carattere stagionale o di moda ed essere suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo; il negoziante ha l'obbligo di indicare il prezzo normale di vendita, lo sconto e il prezzo finale.

Gioiellerie. Convegno sulle nuove opportunità dei diamanti artificiali

Un focus sul commercio dei diamanti, tra crisi e nuove opportunità. Lunedì 14 gennaio Ascom Confcommercio Bergamo in collaborazione con l'Associazione Orafa Lombarda organizza il convegno “I diamanti sintetici opportunità e insidie”. L'appuntamento è alle 9.45 per le registrazioni alla Sala

Conferenze Ascom in via Borgo Palazzo 137 a Bergamo ed è a partecipazione gratuita. Il mercato dei brillanti registra, a livello globale, una diminuzione dei volumi di diamanti estratti dai giacimenti e un aumento del mercato dei diamanti artificiali. La sensibilità verso i temi etici e ambientali ha portato a studiare e creare in laboratorio l'alternativo diamante sintetico, con la stessa composizione chimica e fisica e distinguibile solo con un accurato esame gemmologico. Per questo diventa strategico informarsi e qualificarsi per usufruire di questa alternativa. Al convegno interverranno Oscar Fusini direttore Ascom Bergamo Confcommercio, Alessandro Riva presidente Gruppo gioiellieri orefici e antiquari Ascom, Loredana Prospero responsabile del laboratorio di analisi IGI, Daniele Oldani presidente dettaglianti AOL, Maurizio Piva presidente commercio pietre AOL. Si parlerà di metodologie di produzione e di come riconoscere i diamanti artificiali, di canali di commercializzazione, vendita al consumatore finale e delle novità in tema di oro usato.

Per informazioni e iscrizioni: Ascom Bergamo Confcommercio – tel. 035.4120320 – direzione@ascombg.it

[convegno diamanti 14gen19](#)