

# Auto, mercato ancora in crescita. Ma non per Gpl e metano

A ottobre immatricolazioni a +8,8%, usato +1,5%. L'affarie Volkswagen non penalizza il diesel, ma il marchio. Per case automobilistiche e concessionari sono segnali positivi. Arretrano però le motorizzazioni alternative

---

## Torre Boldone, le nuove strategie degli "Operatori commerciali"



Dietro e oltre il bancone. Pronti, in negozio, a contrastare con ogni mezzo una crisi che si è rivelata davvero pesante, ma altrettanto pronti a scendere in campo per rafforzare quel tessuto sociale che è poi l'anima di un centro abitato. E' così che gli Operatori commerciali di Torre Boldone interpretano la loro *mission*.

Non a caso, in occasione della Festa patronale di San Martino, l'8 novembre, si sono rimboccati le maniche, col patrocinio del Comune, per organizzare un evento che, dalle 8 alle 19, coinvolgerà tutto il paese con musiche, animazioni, balli, esposizione di auto, bancarelle e hobbisti. Non mancheranno

gli ambulac clown, il gruppo folcloristico I Gioppini e i punti ristoro. I negozi ovviamente rimarranno aperti.



“Cominciamo col dire – commenta il Direttivo degli Operatori – che oggi chiudono in media 30 attività al giorno, quindi noi commercianti, oggi più che mai, dobbiamo assolutamente fare in modo di renderci il più visibili possibile. Collaborare tutti insieme, lasciando da parte vecchi concetti e pregiudizi che portavano solo ad un distacco della vita sociale e commerciale senza mai arrivare ad un dunque proficuo. Fatta questa premessa, avendo deciso di dialogare tra di noi, qualche frutto già lo si vede, anche se c’è molto ancora da fare”. “Tra le novità – prosegue il Direttivo – possiamo dirvi che abbiamo creato una chat tra di noi per fare in modo di avere sempre sotto controllo immediato la situazione del paese. Nel momento in cui si verifica una situazione di pericolo possiamo immediatamente informare i VOT che sorvegliano il paese per la sicurezza. La stessa chat ci torna utile per informarci sulle eventuali iniziative. Mantenere i servizi efficienti sul territorio di questi tempi non è facile, nemmeno per una amministrazione comunale come la nostra. Solo con la massima collaborazione tra tutte le associazioni esistenti si possono raggiungere certi obiettivi pensati da tutti noi. Ogni evento che viene programmato, ha dietro di sé un lavoro organizzativo non indifferente da parte

di alcuni ma con sacrificio e dedizione vogliamo sempre migliorarci. Lo scopo – precisa il Direttivo degli Operatori – è quello di far conoscere le realtà commerciali esistenti a Torre Boldone, spingere al consumo nel luogo di residenza dove cortesia, servizio e professionalità non mancano di certo”. “Un tangibile esempio del nostro impegno lo avremo occasione della Festa di San Martino. Non sarà comunque l’unica iniziativa da parte del gruppo Operatori Commerciali del paese. L’intenzione è di proseguire su questa strada, da poco intrapresa sotto l’egida del Comune, a stretto contatto con l’Assessore al Commercio. Gli ostacoli da superare ogni volta sono tanti, ma l’unione delle varie professionalità ci devono portare ad un successo sempre più marcato per ogni manifestazione che verrà fatta. Il tutto per il bene del paese”.

---

## **Prezzi a Bergamo, calano i trasporti ma salgono i prodotti alimentari**



A ottobre, l’indice dei prezzi al consumo per l’intera collettività (Nic), a Bergamo, risulta invariato rispetto al mese scorso. Il tasso tendenziale, la variazione percentuale rispetto allo stesso mese dell’anno precedente, si attesta a +0,3%, in aumento rispetto al mese scorso (+0,2%). La variazione più marcata registrata nel mese è quella, in diminuzione, della divisione di spesa dei

“Trasporti” nella quale calano i voli nazionali e

internazionali, il trasporto marittimo e per vie d'acqua interne, il trasporto ferroviario passeggeri, la benzina e il gpl, mentre sono in controtendenza i lubrificanti. Altre divisioni in calo, seppur in misura più lieve, sono quelle dei: "Servizi ricettivi e di ristorazione" dove diminuiscono i villaggi vacanze, campeggi, ostelli della gioventù; "Altri beni e servizi" dove il calo degli articoli da viaggio è controbilanciato da aumenti nella gioielleria; "Servizi sanitari e spese per la salute" dove scende la voce prodotti farmaceutici.

Tra le divisioni di spesa in aumento si segnala quella dei "Prodotti alimentari e bevande analcoliche" nella quale crescono i vegetali, i frutti di mare, la frutta, la carne bovina e la pasta, mentre calano la margarina, le bevande analcoliche, il burro, il latte conservato, il caffè, il cioccolato, le patatine fritte e la farina. Sale anche la divisione dell'"Istruzione" a causa dell'istruzione universitaria; seguito da "Abbigliamento e calzature" dove si registrano aumenti nelle calzature e da "Abitazione, acqua, energia elettrica, gas e combustibili" a causa dell'aumento dell'energia elettrica solo in parte controbilanciata dalla diminuzione nei combustibili solidi. Complessivamente in lieve apprezzamento complessivo "Ricreazione, spettacoli e cultura" dove si registrano crescite nei supporti con registrazioni di suoni, immagini e video, nei giochi e hobby, negli apparecchi per la ricezione registrazione e riproduzione, nelle imbarcazioni, negli apparecchi per il trattamento dell'informazione e nei suoi accessori, nella narrativa, negli articoli di cancelleria e disegno, nei cinema, teatri e concerti; mentre si hanno cali nei servizi di rilegatura e e-book download, nei pacchetti vacanza nazionali ed internazionali, negli articoli sportivi, nelle macchine fotografiche e videocamere. Invariate le "Comunicazioni" dove salgono i servizi postali e scendono gli apparecchi per telefonia fissa e telefax; così come "Mobili, articoli e servizi per la casa" dove salgono i tessuti per arredamento e

le macchine da caffè e scendono la biancheria da tavola e da bagno, i piccoli utensili, la cristalleria, stoviglie, ceramiche e porcellane; ed infine “Bevande alcoliche e tabacchi” con leggera diminuzione delle birre lager.

Divisioni di spesa	Variaz. % rispetto al mese precedente	Variaz. % rispetto al corrispondente mese dell'anno precedente
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	0,5	3,2
Bevande alcoliche, tabacchi	0,0	3,0
Abbigliamento e calzature	0,3	-0,5
Abitazione, acqua, energia elettrica, gas e combustibili	0,3	-1,1
Mobili, articoli e servizi per la casa	0,0	0,4
Servizi sanitari e spese per la salute	-0,1	0,6
Trasporti	-0,6	-3,3
Comunicazioni	0,0	-0,2
Ricreazione, spettacoli e cultura	0,1	0,4
Istruzione	0,4	1,8
Servizi ricettivi e di ristorazione	-0,2	1,2
Altri beni e servizi	-0,1	0,6
Complessivo	0,0	0,3

---

## Decisa la data dei saldi invernali: sarà il 5 gennaio

La Conferenza Unificata delle Regioni e delle Province autonome ha confermato l'avvio dei saldi invernali per martedì 5 gennaio. Va a vuoto quindi la richiesta avanzata da Federdistribuzione che puntava ad anticipare a livello nazionale l'avvio delle vendite di fine stagione a sabato 2 gennaio 2016. Una mossa giustificata dal calendario poco favorevole. Il 5 gennaio è infatti un martedì, giorno lavorativo, per quanto prefestivo, e secondo Federdistribuzione ciò avrebbe fatto partire in modo fiacco la stagione dei ribassi, sottraendo per di più flussi e spesa nel fine settimana precedente.

La scelta della Conferenza è in linea con il no espresso dalla Federazione Moda Italia che, sin dalle prime battute, s'è detta contraria alla proposta di anticipare le vendite di fine stagione al 2 gennaio. Sia il direttore dell'Ascom di Bergamo, Oscar Fusini, sia il presidente dell'Associazione Paolo Malvestiti unitamente al presidente di categoria Diego Pedrali, sono stati netti nel sostenere che "l'anticipazione estrema dei saldi in pieno periodo feriale avrebbe colpito l'effetto Natale, atteso dai commercianti per consolidare i primi tiepidi effetti positivi delle vendite di fine stagione estive in un settore che resta comunque stremato dalla crisi".

Lo stesso Renato Borghi, presidente di Federmodaitalia-Confcommercio, ha rimarcato che "con i saldi sempre più anticipati si rischia una contrazione delle vendite nel mese di dicembre, nel periodo natalizio. L'affermazione poi che il giorno 5 non va bene perché cade di giorno feriale è letteralmente infondata: il 2 di gennaio l'anno venturo cade di lunedì, quindi l'anno prossimo i saldi li faremo sabato 31 dicembre? E l'anno dopo?".

---

## Terziario, bolletta sempre più salata per le imprese



L'Icet, l'Indice di Confcommercio sui costi dell'energia (elettricità e gas), rileva nel terzo trimestre – a seguito dell'ultimo aggiornamento delle condizioni economiche da parte dell'Autorità per l'energia elettrica, il gas e il sistema

idrico – una crescita del costo dell'energia elettrica del 2,6% e del gas dell'1,1% rispetto al trimestre precedente. Per l'elettricità, l'indice sale a quota 127,96 punti contro 124,61 del terzo trimestre 2015. L'incremento è in parte dovuto all'aumento estivo dei prezzi dell'energia che ha fatto registrare una variazione di +17% rispetto ai prezzi medi relativi al secondo trimestre del 2015 dovuta ad un ridimensionamento dell'offerta di energia elettrica proveniente da fonte idrica e un aumento della domanda di energia elettrica. A preoccupare particolarmente è la continua crescita degli oneri di sistema che, con un costo medio record di 80 euro/MWh (dovuto all'aumento atteso di circa 2 miliardi che l'Autorità per l'energia imputa come costo di chiusura del meccanismo incentivante dei certificati verdi), raggiungono un'incidenza media sulla bolletta del 34%, quasi 5 punti in più rispetto a un anno fa, portando il peso complessivo delle componenti fiscali e parafiscali al 57,4% contro il 53,7% del 2014.

Per il gas, nel terzo trimestre 2015 l'Indice Icet-g sale a quota 116 punti contro i circa 115 del terzo trimestre 2015. A differenza di quanto si osserva sul mercato elettrico, nel gas naturale si evidenzia il sostanziale allineamento dell'evoluzione dei prezzi all'ingrosso della materia prima gas, misurati dalla componente Pfor (aggiornata e pubblicata trimestralmente dall'Autorità per l'energia elettrica, il gas naturale e il sistema idrico, Aeegsi), con quella dell'indice di costo Icet-g. Nel terzo trimestre 2015 la riduzione del prezzo della materia prima (misurata dall'indice Pfor) è stata di -1,8 punti percentuali rispetto al trimestre precedente. Riduzione totalmente assorbita da un nuovo incremento dei corrispettivi destinati alla copertura degli oneri infrastrutturali pari a +5,8% rispetto al trimestre precedente (+13% tendenziale). In seguito all'ultimo aggiornamento, le componenti del costo della fornitura registrano alcune variazioni nel loro peso rispetto a un anno prima: il corrispettivo delle infrastrutture aumenta di cinque punti

percentuali arrivando a pesare il 30,9%, viceversa il peso della componente energia scende al 48,1%.

---

## **Allarme carni, la Fida: “Occasione per una corretta educazione alimentare”**



Donatella  
Prampolini  
Manzini

“Non vogliamo sottovalutare l’ allarme lanciato dall’ Organizzazione mondiale della sanità ma i dati vanno riportati al loro giusto contesto e alla loro finalità”. Così Donatella Prampolini Manzini, presidente Fida-Federazione italiana dettaglianti dell’ alimentazione di Confcommercio-Imprese per l’ Italia sull’ allarme Oms relativo a carni rosse e le carni lavorate. “Le informazioni di questi giorni – spiega Donatella Prampolini Manzini – sono un’ occasione per fare educazione e, invece, si sta diffondendo un allarmismo non giustificato. I dati dello studio, innanzitutto, partono da un consumo procapite molto superiore a quello italiano e non ci sono indagini che dicano puntualmente quale sia la soglia oltre la quale il consumo di carne rossa e carne lavorata può essere considerato potenzialmente cancerogeno”. “Se poi ci si

prende il tempo per fare ricerche più approfondite – Prampolini Manzini – si scopre che altri studi, di qualificati esperti, dicono che un modesto consumo di carne é salutare. Pertanto riteniamo che le informazioni di questi giorni debbano riacquisire lo spirito originario che non é quello di fare terrorismo, ma di stimolare una corretta educazione alimentare, dove gli eccessi, di qualsiasi natura, sono potenzialmente nocivi. Gli italiani – conclude Prampolini Manzini – sono tra le persone più longeve al mondo e la carne e i salumi hanno sempre fatto parte della nostra cultura. Ora sappiamo che é ppportuno non eccedere nei consumi, ma questo non significa che ci si debba mettere in allarme come purtroppo sta accadendo in questi giorni”.

---

## **Information technology, il mercato torna a crescere. Ma non nel Pubblico**

Il report dell'Assintel segnala un +1,7%, trainato dalle spese di banche, assicurazioni, utility e tlc. -1,1% il segmento “consumer”, cali più marcati per sanità, enti locali e Pa. Tema centrale la customer experience

---

## **«Non siamo scemi!», tabaccai**

# e fumatori al contrattacco

Dalla Fit cartoline e locandine in risposta agli spot con il comico Frassica. «Illegittimo insultare chi vuole consumare un prodotto acquistato in rivendite concessionarie dello Stato»

---

## Doggy Bag, anche Bergamo adotta la borsa che “salva” gli avanzi al ristorante



Il contenitore d'autore “porta avanzi” di Comieco (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) e Slow Food arriva nei ristoranti di Bergamo. Dopo Milano (e a breve a Roma), infatti, il progetto “Doggy bag – se avanzo mangiatemi”, nato

con lo scopo di ridurre le quantità di alimenti buttati via e di stimolare un cambio di mentalità in ristoratori e clienti, è stato presentato nella Sala del Comune di Palazzo Frizzoni alla presenza del sindaco Giorgio Gori, del Direttore di Comieco Carlo Montalbetti, Lorenzo Berlendis di Slow Food, lo scrittore Andrea Kerbaker e il consigliere comunale Niccolò Carretta.

Trasformare un problema in opportunità e far partire una rivoluzione culturale: con questi obiettivi nasce il progetto “Doggy Bag – Se avanzo mangiatemi”. Il progetto, realizzato in collaborazione con Slow Food Italia, ha subito incontrato

l'adesione entusiasta di importanti esponenti della cultura.

Il progetto "Doggy Bag – Se avanzo mangiatemi" è la risposta italiana di chi ha deciso di dire no agli sprechi alimentari: la doggy bag diventa così il prodotto alla base di una vera e propria rivoluzione culturale che coinvolge tutti gli attori della filiera della ristorazione, dallo chef, al team del ristorante ai clienti i quali, forti della grande carica d'ironia e di umorismo di cui sono vestiti i contenitori per vino e alimenti, non dovranno più sentirsi in soggezione nel portare a casa quanto rimasto a fine pasto. L'idea nasce dalle situazioni in cui ognuno di noi si è trovato almeno una volta: rinunciare ad accompagnare la cena in un buon ristorante con una bottiglia di vino perché i commensali sono troppo pochi per terminarla oppure arrivare a fine pasto e non godersi il dolce perché, si sa, lasciare la torta nel piatto non sta bene ed è proprio un peccato soprattutto quando si tratta di buona cucina.

"Con questo progetto – spiega il Sindaco di Bergamo Giorgio Gori – l'Amministrazione comunale di Bergamo cerca di rendere più sistematica l'azione di sensibilizzazione verso ristoratori, ben consapevoli che sono già in atto comunque alcune azioni concrete per ridurre gli sprechi alimentari. Abbiamo scelto due gruppi tra i più rappresentativi della ristorazione di qualità del nostro territorio: speriamo che questo possa rappresentare un segnale anche verso i consumatori bergamaschi, che ancora non hanno la forma mentis per richiedere la cosiddetta "doggy bag", e un'ulteriore apertura verso le abitudini di tanti turisti e visitatori, abituati da tempo a queste iniziative nei propri Paesi. L'auspicio è quello di estendere in breve tempo l'attività di sensibilizzazione anche ai locali che non aderiscono a Ingruppo e a Trentacinqueuro.it."

"Abbiamo voluto creare dei contenitori che fossero divertenti, freschi, utilizzabili più volte e infine riciclabili perché in cartone", ha spiegato Carlo Montalbetti Direttore Generale di

Comieco. “All’interno hanno una vaschetta in pura cellulosa che conterrà il cibo, ed essendo biodegradabile, potrà essere conferita nella raccolta dell’umido. Comieco da 30 anni garantisce il recupero e l’avvio a riciclo di carta e cartone provenienti dalle raccolte differenziate urbane e promuove la diffusione di comportamenti sostenibili e buone pratiche per la riduzione degli sprechi. E contro gli sprechi di cibo il packaging, soprattutto quello cellulosico, può avere un ruolo strategico”.

“Per noi il cibo va apprezzato non solo per la sua bontà organolettica e il bagaglio di tradizioni che racconta, ma anche per l’impronta che la sua produzione lascia sul nostro pianeta e per la soddisfazione, sia morale che economica che viene riconosciuta ai produttori – ha specificato Lorenzo Berlendis” di Slow Food -. Lavoriamo per diffondere una visione olistica del cibo, per attribuirgli valori più ampi e universali rispetto a quelli puramente gourmet, educando così a prevenire il food waste alla radice. In questo senso la doggy bag è un ottimo strumento di promozione che contribuisce a consolidare pratiche individuali attente, anche grazie al fondamentale lavoro degli chef come ambasciatori della buona cucina e di consumi etici. È vero che in Italia c’è ancora una resistenza culturale, ma l’esperienza di Milano sta contaminando altre città, Bergamo in testa, anche grazie all’interesse delle osterie della rete di Slow Food e dei ristoranti dell’Alleanza con i Presìdi”.

[Doggy bag- I locali bergamaschi aderenti](#)

---

# **Spuntini e aperitivi, da oggi anche in macelleria e pescheria**

Ok dal Consiglio regionale al consumo immediato nei piccoli negozi della gastronomia di produzione propria. «Un aiuto a categorie in difficoltà» dice il promotore, ma i pubblici esercizi lamentano la concorrenza