

Ascom, i mediatori immobiliari a scuola di antiriciclaggio



Si è parlato di antiriciclaggio e di identificazione della clientela all'Ascom di Bergamo nel corso di un incontro formativo rivolto agli agenti immobiliari. Il corso, tenuto dall'avvocato Daniele Mammani, ha illustrato tutti gli adempimenti previsti per la categoria dalla disciplina in tema di antiriciclaggio e privacy, in particolare la normativa di cui al D.Lgs 231/2007 (antiriciclaggio) e del D.Lgs 196/2003 (privacy) e le varie norme che riguardano direttamente gli obblighi a carico degli agenti immobiliari. Infine è stata data dimostrazione pratica di come adempiere ai vari incombenenti anche attraverso l'utilizzo dei modelli predisposti

dall'associazione Fimaa Bergamo come strumento di ausilio.

Stoppani: “La ristorazione fattore decisivo per il turismo”

di Lino Stoppani*

“L'importanza della ristorazione per il turismo italiano è dimostrata dagli 8,4 miliardi di euro che quest' anno verranno spesi dai turisti stranieri nel nostro Paese, il 5% in più rispetto al 2014”. Questi i dati presentati da Lino Enrico Stoppani, presidente della Fipe, in apertura dell'Assemblea annuale che, quest' anno, per celebrare i 70 anni della Federazione Italiana Pubblici Esercizi, si è riunita nella cornice di Expo. “La cucina italiana è la più apprezzata e la più imitata al mondo – ha detto Stoppani – e per i turisti stranieri è uno dei principali motivi di viaggio in Italia, addirittura il primo per ritornarci. Nonostante ciò, spesso non riusciamo a valorizzare adeguatamente le potenzialità che il settore potrebbe esprimere attraverso efficaci azioni di promozione e comunicazione”. “Expo – ha continuato il presidente della Fipe – è senza dubbio un esempio positivo (anche se i colleghi di Milano hanno qualche ragione per lamentarsi) di come la valorizzazione sia possibile, basti ricordare il ‘Food Act’, un patto tra Governo e Ristorazione promosso dal ministro Martina per migliorare e rafforzare il settore”. “Nella ristorazione una certa aria di ripresa c' è”,

ha continuato Stoppani, fotografando la situazione del settore.



Lino Stoppani

“L’ufficio studi Fipe stima per il 2015 una crescita dei consumi dello 0,8%, mentre oltre l’80% degli italiani prevede di spendere di più al ristorante nei prossimi sei mesi. Anche tra le imprese c’è maggiore fiducia nel futuro; nel terzo trimestre di quest’anno il sentiment è tornato ai livelli del 2007. Non tutto però va a gonfie vele: il settore è caratterizzato da forte densità e competitività imprenditoriale, non sostenute da un tessuto produttivo abbastanza robusto. Questo si traduce in un numero molto elevato di chiusure: tra gennaio e settembre del 2015 sono state aperte quasi 13mila imprese mentre ben 20mila sono quelle che hanno chiuso i battenti: un saldo negativo di circa 7.000 imprese”. “L’ Italia – ha concluso Stoppani – ha un modello di pubblico esercizio unico al mondo per la sua eterogeneità, qualità e diffusione. I bar che popolano le nostre città e le nostre provincie fungono da luoghi di socialità, nonché di integrazione culturale, capaci di trasformarsi nel tempo insieme alle esigenze dei consumatori. Fipe celebra quindi il suo settantesimo anniversario certa della centralità del ruolo di bar e ristoranti non solo dal punto di vista economico e di immagine, ma soprattutto in quanto luoghi di aggregazione in cui si mantengono e rinvigoriscono le tradizioni gastronomiche e sociali alla base

del nostro essere italiani". Durante la giornata si è tenuta la tavola rotonda "Ristorazione italiana, eccellenza mondiale" e a conclusione dei lavori si è tenuta la consegna dei premi speciali Fipe, un riconoscimento per l'impegno nella valorizzazione della ristorazione e della cucina italiana.

*** presidente della Fipe**

Sangalli: "Mettere al centro l'integrazione tra prodotti e servizi"

di Carlo Sangalli*

Settant'anni, per noi, significano sostanzialmente tre cose. L'orgoglio di rappresentare una parte del Paese a volte silenziosa, ma essenziale, che oggi produce il 40% del Pil e dell'occupazione e che in questo settantennio ha cambiato gli usi e i consumi degli italiani; la responsabilità di guardare sempre al futuro e di portare la voce dei nostri imprenditori alla politica, al Governo, alle Istituzioni; la sfida – e l'impegno – di giocare in attacco i prossimi anni, aiutando le nostre imprese ad essere sempre un passo avanti, e di dimostrare giorno dopo giorno che siamo il terziario ma non siamo secondi a nessuno.

Abramo Lincoln diceva: "Alla fine, non sono gli anni della tua vita che contano. E' la vita nei tuoi anni che conta". E la vita di Confcommercio e di Fipe sono state e sono le imprese. Imprese che non hanno una valenza solo di carattere economico ma anche sociale. Contribuiscono, infatti, in maniera fondamentale a formare anche quella fitta trama di relazioni

interpersonali che animano la vita delle nostre città, dei nostri paesi e dei nostri borghi. Laddove c'è un'attività commerciale, turistica e di servizio si creano, infatti, le condizioni di vitalità e qualità dei territori, si realizzano con più facilità opportunità di crescita per i rapporti sociali e culturali, si limita il degrado, stimolando, allo stesso tempo, la riqualificazione urbana, lo sviluppo, la legalità. Le attività, che noi rappresentiamo, sono, dunque, luoghi della socialità per definizione, dai quali passa la vita reale del Paese e dove si scandiscono i tempi della giornata dei centri abitati e dei suoi abitanti. Voi siete una realtà di punta del nostro sistema d'impresa, una delle Federazioni più grandi e che rappresenta settori di particolare importanza e rilievo per l'economia nazionale. E siete un'organizzazione, leader nella ristorazione, nell'intrattenimento e nel turismo, che sente forte la responsabilità di riflettere sulla propria missione, le proprie strategie, il proprio futuro per essere sempre al passo con i tempi, per modernizzare l'economia e la società italiana. Perché in questi anni il ruolo delle associazioni d'impresa è cambiato, e voi siete cambiati. Ed è un ruolo legato non solo alla tutela e alla rappresentanza degli interessi ma anche all'esigenza di promuovere azioni e fornire strumenti sempre più utili e concreti di sostegno all'attività quotidiana delle imprese. Dopo tanti, troppi anni, di previsioni negative e di revisioni al ribasso, oggi registriamo segnali di ripresa dell'economia. Mi riferisco, in particolare, al risveglio dei consumi, alla fiducia delle famiglie e delle imprese ai massimi, al buon andamento



dell'occupazione.

Tuttavia, in questa fase la prudenza è d'obbligo perché la ripresa è ancora ben lontana dall'essere robusta e diffusa. Come emerge dal rapporto Confcommercio-Censis che abbiamo presentato la settimana scorsa, oggi esistono due Italie: una che riparte, quella degli ottimisti, nella quale le famiglie tornano a spendere. L'altra è, invece, quella che ancora non ha toccato con mano la ripresa e alludo alle tante famiglie e piccole imprese, soprattutto nel Mezzogiorno, che non riescono a coprire tutte le spese con il proprio reddito e che adottano ancora comportamenti di consumo orientati alla prudenza e al risparmio. Ecco perché il Governo deve usare finalmente le forbici per tagliare, con più coraggio e determinazione, la spesa pubblica improduttiva e liberare così le risorse necessarie per una riduzione generalizzata delle aliquote Irpef. Perché fino a quando non perderemo il triste primato di una pressione fiscale tra le più alte al mondo non ci sarà vera crescita. Se il Governo ridurrà le tasse in maniera generalizzata su famiglie e imprese e la Legge di stabilità esplicherà in pieno gli effetti espansivi, nel 2016 il Pil potrebbe anche avvicinarsi a una crescita del 2%. Fino a ieri la politica economica è stata sottrazione di risorse, attraverso l'eccesso d'imposizione fiscale, oggi deve essere sottrazione di ostacoli all'attività delle imprese. Per dare adeguate risposte a chi, oggi in Italia, mantiene fortissima

la voglia di fare impresa e ambisce ad una maggiore competitività dell'intero sistema-Paese. Come mette ben in luce l'incontro di oggi le eccellenze non ci mancano; abbiamo idee e progetti di grande qualità; abbiamo imprenditori che sono pronti a cogliere le opportunità che il mercato può offrire. Ma non c'è alternativa, è necessario cambiare prospettiva mettendo al centro l'integrazione tra prodotti e servizi. Il turismo è il nostro petrolio. Promuovere e supportare concretamente un'integrazione sistemica tra i settori del ricettivo, dell'accoglienza, del trasporto, dell'intermediazione, dell'enogastronomia, della cultura e dell'intrattenimento in genere, è il modo più efficace per valorizzare il nostro patrimonio di risorse e di imprese. Puntando sulla qualità dell'accoglienza, dei luoghi e dei servizi. Il nostro Paese è caratterizzato da una miriade di differenti "tradizioni alimentari", in cui il cibo rappresenta un insieme di valori materiali, estetici, culturali e sociali essenziali per il benessere delle persone e dei territori. La progressiva omologazione culturale di cui anche il cibo è oggi vittima rischia di compromettere la nostra tradizione enogastronomica e della ristorazione. I turisti che vengono in Italia devono, dunque, poter continuare a contare su una quantità e una qualità di prodotti e di formule che non hanno pari al mondo, scegliendo tra l'accoglienza di un bar o di un locale informale e quella più ricercata di un ristorante tradizionale o tipico. Con l'Expo abbiamo avuto la possibilità di portare all'attenzione del mondo la ricchezza, la molteplicità e l'unicità del nostro Paese, testimoniate anche dal tema di quest'assemblea. Dal primo di novembre, quando l'Esposizione Universale avrà chiuso i battenti, dovremo essere capaci di proseguire su questa strada promuovendo, in una logica di rete, le nostre risorse, i nostri territori, il nostro agro-alimentare, i nostri prodotti, il nostro turismo, i nostri servizi, in una sola parola il nostro sistema-Paese.

* presidente di Confcommercio

Expo, delegazione dell'Ascom all'assemblea annuale della Fipe



Da sinistra: Giorgio Beltrami, Oscar Fusini, Petronilla Frosio e Giorgio Lazzari

La ristorazione italiana è un'eccellenza mondiale. È la convinzione di Fipe che ha titolato in questo modo la sua assemblea annuale, che si è tenuta questa mattina a Expo Milano nel Parco della Biodiversità. Al tavolo sono intervenuti il presidente Lino Stoppani, Giuseppe Sala Commissario di Expo 2015, Gianni Fava assessore agricoltura regione Lombardia e Francesca Balzani vicesindaco di Milano. All'assemblea ha preso parte anche una delegazione dell'Ascom di Bergamo guidata dal direttore Oscar Fusini, da Petronilla Frosio, presidente del Gruppo ristoratori, da Giorgio Beltrami presidente del Gruppo Caffè bar gelaterie, Giorgio Lazzari segretario dei Pubblici esercizi dell'Associazione commercianti di Borgo Palazzo. Una cinquantina i ristoratori e

baristi partiti da Bergamo in pullman grazie a una iniziativa coordinata dal servizio Expo dell'Ascom coordinato da Stefania Pendezza e Andrea Bonacina. La giornata ha celebrato anche il 70° anniversario dalla costituzione della Federazione.

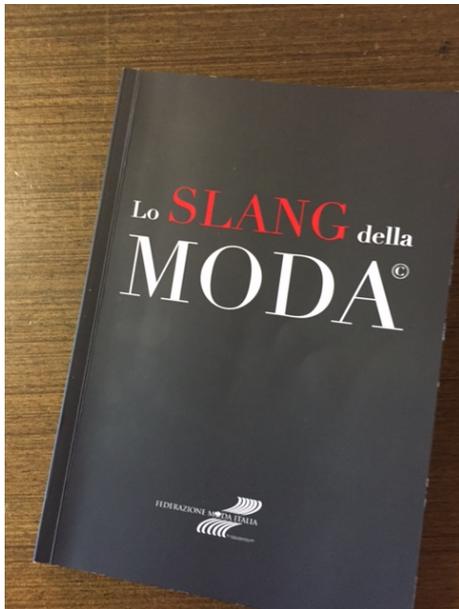
Salumi e carne cancerogeni, macellai preoccupati dall'effetto allarmismo

Arosio (Federcarni): «Mai commentare d'istinto quando si tratta di indicazioni di carattere scientifico». «Oggi la carne è uno degli alimenti più controllati e sicuri»

Saldi anticipati al 2 gennaio, l'Ascom dice no

L'associazione contraria alla richiesta di Federdistribuzione. «Danni alle vendite di Natale e alle località turistiche»

Moda, in un volume lo slang del Made in Italy



Mille termini e neologismi creati e legati al mondo della moda, che racchiudono il meglio del made in Italy, tutti racchiusi in un piccolo dizionario illustrato e tradotti in italiano, inglese, francese e russo. L'idea è di Federazione Moda Italia che ha realizzato un volume, di 192 pagine in formato 13×19; l'obiettivo è diffondere la cultura del bello. Il dizionario è destinato agli operatori del dettaglio moda, come indispensabile strumento per leggere le pubblicazioni di moda e di marketing; agli addetti alle vendite che approcciano clienti stranieri, per favorire il dialogo e la migliore relazione con la clientela mondiale; e ai turisti stranieri che potranno usare un libretto con lo slang tipico della moda "Made in Italy". Nella sezione italiana si va da abbigliamento a zoccolo passando per il fazzoletto da taschino; in quella inglese il primo termine è *abdomen* (addome) e l'ultimo *zip* (cerniera); in francese si parte sempre da *abdomen* (addome) e si arriva a *zibeline* (zibellino); mentre chi sceglie il russo si trova come prima parola *АВТОМАТИЧЕСКИЙ* (accessorio) e come ultima *ПРЯМАЯ ЮБКА* (gonna tubo) passando per *КОФТА С ВОРОТНИКОМ ПОД ГОРЛЫШКО*

(maglia a girocollo). Oltre all'opuscolo è stato creato anche un sito web www.slangdellamoda.it dove è possibile consultare e tradurre i vocaboli non solo in italiano, inglese, francese e russo, ma anche in cinese (mandarino). Gli operatori, gli addetti alle vendite e i turisti che desiderano avere una copia di "Lo Slang della Moda" possono contattare gli Uffici di Ascom Bergamo allo 035 4120304 o inviare un'email a info@ascombg.it.

Gli italiani riscoprono il piacere di mangiare al ristorante



Il ristorante torna a sedurre gli italiani, che stanno riassaporando il piacere di mangiare fuori casa. Lo dice l'ultimo Rapporto di Ristorazione a cura della Fipe, la Federazione italiana pubblici esercizi, presentato all'Unione

del Commercio di Milano. Per il 2015, la previsione del Centro Studi Fipe è di un incremento dello 0,8% che porterà la spesa nominale a 76 miliardi di euro. Nel complesso la spesa delle famiglie italiane nel 2014 si è attestata su 74.664 milioni di euro in valore e 69.473 milioni in volume con un incremento reale sul 2013 dello 0,7%. "Si è finalmente interrotta la dinamica di contrazione che era iniziata nel 2008 – ha commentato Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe – Già i

numeri di Pasqua e dell'estate inducevano a un cauto ottimismo: oggi abbiamo la conferma che il fuori casa è un universo economico e sociale sempre più importante scelto da oltre 39 milioni di italiani”.

Secondo il Rapporto del Centro Studi Fipe, il 77% degli italiani maggiorenni consuma, più o meno abitualmente, cibo al di fuori delle mura domestiche sia che si tratti di colazioni, pranzi, cene e aperitivi. Sono 39 milioni di persone divise tra heavy consumer (13 milioni di persone che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana); average consumer (9 milioni che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana); low consumer (17 milioni che consumano almeno 2-3 pasti in un mese). Gli heavy consumer sono in prevalenza uomini (51,3%) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (24,8%) e residenti al Nord Ovest (29,8%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (30,5%). Appartengono ad un nucleo familiare composto da 3 componenti (32,3%). Gli average sono in prevalenza uomini (51,9%), residenti al Centro Italia (28,9%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (35,9%). In prevalenza appartengono ad un nucleo familiare composto da 4 componenti (26,1%). I low consumer sono in prevalenza donne (51,6%), di età superiore ai 64 anni, residenti nelle regioni del Nord Italia, in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti

Gli italiani che vanno al ristorante, secondo Fipe, in prevalenza appartengono a un nucleo familiare composto da due componenti (35,2%). Per quanto riguarda i consumi infrasettimanali, 5 milioni di persone ogni giorno (il 61,5% della popolazione) fa colazione fuori casa con predilezione per caffè, cappuccino e brioche e una spesa media di 2,50 euro. Dodici milioni di italiani (il 66% della popolazione) pranzano fuori casa, prevalentemente al bar, per 3-4 volte durante la settimana: panino, pizza e primi piatti le proposte di maggiore preferenza. Spesa media 11 euro.

Tre milioni di italiani cenano al ristorante almeno tre volte

alla settimana, scegliendo soprattutto pizzerie, con una spesa di 22,40 euro. Oltre 9 milioni (il 47,7% della popolazione) si recano al bar per una pausa almeno 3-4 volte alla settimana, scegliendo soprattutto snack e gelati per una spesa complessiva di 3,20 euro. Nel fine settimana invece, 6,6 milioni di italiani (il 63,6% della popolazione) pranzano fuori casa nel week end almeno 3 volte al mese, scegliendo soprattutto la pizza e spendendo indicativamente 18,60 euro. Sono 7,3 milioni (il 66,8%) gli italiani che cenano fuori casa nel week end almeno 3 volte al mese prediligendo ristoranti e trattorie, con una media di due portate a pasto e una spesa media di 19,10 euro. Per quanto riguarda il mercato della ristorazione, l' Italia è al terzo posto in Europa. In Europa il settore vale 504 miliardi di euro, concentrato principalmente in tre Paesi, e l'Italia si pone in particolare al terzo posto dopo Regno Unito e Spagna. In rapporto alla popolazione e a parità di potere d'acquisto, la spesa pro-capite è in Italia del 22% superiore a quella media europea e del 33% alla spesa della Francia. Occupazione: i pubblici esercizi impiegano, in media d'anno, 680.693 lavoratori dipendenti, pari al 71% del totale nazionale del comparto del turismo.

**Costa Volpino, sconti sulla
Tari agli esercizi che
rinunciano alle slot**



Anche il Comune di Costa Volpino scende in campo nella lotta alla ludopatia e introduce incentivi per le attività commerciali che dicono no al gioco d'azzardo. I pubblici esercizi del paese che rinunciano a installare apparecchi di videolottery, video poker, slot machine o altri con vincita di denaro e i bar, tabaccherie e locali affini che li avevano e sono disposti a eliminarli, possono chiedere il rimborso di una quota della tassa sui rifiuti TARI versata nel 2015. La decisione fa parte delle iniziative di contrasto alle ludopatie promosse dall'Amministrazione Comunale e prevede la riduzione fino al 50% sulla parte variabile della tariffa del tributo. Le attività commerciali interessate possono presentare domanda sino al 16 novembre. Il modulo di richiesta è una dichiarazione di impegno al contrasto del Gioco d'Azzardo patologico e si può scaricare sul sito internet del Comune: www.comune.costavolpino.bg.it. Per maggiori informazioni è possibile rivolgersi all'ufficio tributi del Comune negli orari di ricevimento al pubblico.

Dal web marketing all'inglese, la Val Brembana fa studiare i suoi commercianti

Dal Distretto dell'attrattività Valli in Famiglia, con capofila Zogno, un pacchetto di 80 ore di formazione gratuita. Destinati a esercenti, negozianti, operatori turistici e personale a contatto col pubblico