

Mercato del lunedì, il Comune cerca ambulanti interessati a piazza Alpini

Mercato del lunedì, il Comune cerca ambulanti interessati a piazza Alpini. Precedenza ai “banchi storici” per il nuovo mercato rionale del centro. Palazzo Frizzoni al lavoro per un nuovo bando di “rottamazione” delle concessioni

In via XX Settembre apre Moez, il negozio della mobilità sostenibile

Noleggiare un mezzo per compiere un tour di Bergamo Bassa o visitare Città Alta, magari passando per i colli, sarà possibile grazie a Moez, il negozio dedicato alla mobilità sostenibile che apre i battenti, venerdì, in largo Rezzara, tra via XX Settembre e via Sant’Alessandro, al civico 11.

Nella stessa giornata si apre anche la fiera Bike Up, dedicata al piacere di scoprire il territorio con l’esperienza della pedalata assistita. L’attività commerciale si propone come un elemento di slancio al turismo locale offrendo un servizio in più ai tanti visitatori che frequentano il centro e che scelgono un sistema di trasporto che non inquina, a emissioni zero e bassissimo impatto ambientale. In vendita e a noleggio ci saranno mezzi di trasporto alternativi, adatti a ogni esigenza: oltre al tour in città, l’escursione in montagna, mezzi dedicati al tempo libero e al lavoro. “Un nuovo modo di muoversi” è, infatti, lo slogan che accompagna il brand appena

nato, che porta la firma di Cicli Corsa snc, azienda attiva da anni nella produzione e vendita di bici artigianali, creata da Andrea Cimò e Alessandro Caccia. Una e-bike, permette di spostarsi, facendo esercizio fisico, accedendo alle ztl e apportando un contributo all'ecologia. Concetti questi che potrebbero fare leva a Bergamo sulla scia di quanto accade già in molti paesi d'Europa. A Bergamo, negli ultimi tre anni, i turisti sono aumentati del 40 per cento (anche grazie all'aeroporto di Orio, oggi terzo scalo nazionale). E le ricadute sullo sviluppo delle strutture ricettive sono evidenti: sono 800 gli annunci AirBnB a Bergamo – di cui solo nella zona compresa tra le cinque vie e via XX Settembre un centinaio – a cui si aggiungono oltre una cinquantina di altri alloggi tra hotel e bed & breakfast. Moez si rivolge anche ai cittadini e a un'ampia tipologia di consumatori che varia dallo sportivo appassionato di fuori strada a chi cerca soluzioni per il bicycle commuting, dedicato agli spostamenti da casa al luogo di lavoro o studio, o magari per dotarsi di un mezzo di trasporto polivalente che consenta di affrontare lunghe distanze.

È aperto tutti i giorni, tranne il lunedì, dalle 10.30 alle 13 e dalle 15 alle 19.30, sabato e domenica inclusi.

Commercio, la sfida del digitale può rilanciare i negozi tradizionali

“Il digitale rilancia il commercio e gli dona nuova vita”. È il messaggio incoraggiante lanciato ieri da Andrea Granelli al seminario promosso dal Comune di Bergamo e appoggiato da Ascom e dal Distretto del commercio urbano sul tema negozi 4.0 e

smart. Granelli è presidente della società di consulenza Kanso che si occupa di change managing e ha spiegato ai commercianti perché devono abbandonare la chiusura al digitale e abbracciare le nuove opportunità che questo offre per rilanciare le proprie attività. “Il digitale non è solo una minaccia ma anche un’opportunità ... a patto che lo si conosca, che si sappia scegliere, che si abbia il coraggio di cambiare mentalità, e non limitarsi a fare “ciò che si è sempre fatto. La questione è come far evolvere il negozio fisico per cogliere la sfida del digitale e come le città debbano trasformarsi – nel loro essere sempre più smart – non solo per far vivere meglio i cittadini ma anche per rendere gli operatori commerciali e di prossimità che in esse operano più forti, radicati e competitivi”.

Ma come può il digitale diventare una risorsa per i negozi digitali? Gli spunti sono tanti: dalle tecnologie digitali che potenziano l’esperienza fisica d’acquisto, alla stampa in 3D, i robot, la digital security, i droni per fare qualche esempio. Si possono realizzare vetrine che si animano e raccontano la merce esposta, utilizzare i sensori per smartphone per monitorare il passaggio dei clienti. E ancora, utilizzare i dati per analizzare i flussi in tempo reale, giocare con le luci dei negozi mettendo in evidenza alcuni prodotti. Per farlo “non serve diventare degli esperti e neppure snaturare la natura del negozio e la sua specificità. Basta mettersi in rete rivolgendosi a persone competenti che rendono i negozi digitali”.



Commercio, la sfida del digitale può rilanciare i negozi tradizionali

“Il digitale rilancia il commercio e gli dona nuova vita”. E’ il messaggio incoraggiante lanciato ieri da Andrea Granelli al seminario promosso dal Comune di Bergamo e appoggiato da Ascom e dal Distretto del commercio urbano sul tema negozi 4.0 e smart. Granelli è presidente della società di consulenza Kanso che si occupa di change managing e ha spiegato ai commercianti perché devono abbandonare la chiusura al digitale e abbracciare le nuove opportunità che questo offre per rilanciare le proprie attività. “Il digitale non è solo una minaccia ma anche un’opportunità ... a patto che lo si conosca, che si sappia scegliere, che si abbia il coraggio di cambiare

mentalità, e non limitarsi a fare “ciò che si è sempre fatto. La questione è come far evolvere il negozio fisico per cogliere la sfida del digitale e come le città debbano trasformarsi – nel loro essere sempre più smart – non solo per far vivere meglio i cittadini ma anche per rendere gli operatori commerciali e di prossimità che in esse operano più forti, radicati e competitivi”.

Ma come può il digitale diventare una risorsa per i negozi digitali? Gli spunti sono tanti: dalle tecnologie digitali che potenziano l’esperienza fisica d’acquisto, alla stampa in 3D, i robot, la digital security, i droni per fare qualche esempio. Si possono realizzare vetrine che si animano e raccontano la merce esposta, utilizzare i sensori per smartphone per monitorare il passaggio dei clienti. E ancora, utilizzare i dati per analizzare i flussi in tempo reale, giocare con le luci dei negozi mettendo in evidenza alcuni prodotti. Per farlo “non serve diventare degli esperti e neppure snaturare la natura del negozio e la sua specificità. Basta mettersi in rete rivolgendosi a persone competenti che rendono i negozi digitali”.

Grande successo a Bergamo per lo “Sbarazzo”

Grande successo per lo “Sbarazzo” che ha attirato un flusso ininterrotto di persone in cerca di occasioni negli stand allestiti sul Sentierone.

L’iniziativa dell’Associazione Bergamo In Centro, del Distretto Urbano del Commercio e del Comune di Bergamo ha dedicato l’intera Domenica alle super offerte di fine saldi dei negozi del centro.

Più di 50 commercianti hanno accolto con entusiasmo l’invito e

hanno proposto articoli invenduti, ultimi capi dei saldi, mentre è stata un'ottima occasione di dare grande visibilità alle attività commerciali dell'area centrale della città. Gli sconti sono arrivati anche al 70% invitando la gente a curiosare e ad acquistare tra scarpe, abbigliamento, accessori, prodotti del settore food, libri e molto altro.

Nicola Viscardi, il presidente Distretto Urbano del Commercio ha commentato che si tratta di un'opportunità imperdibile sia per gli amanti dello shopping che per i commercianti del centro e un'occasione in più per vivere il centro città.

Smart City & Negozio 4.0: Un incontro sull'innovazione del commercio e la rigenerazione urbana

La rivoluzione digitale, unita ai cambiamenti in corso nel mercato e nella società, stanno trasformando non solo le attività commerciali ma le città stesse. Cambiano i prodotti, i servizi e anche i comportamenti di acquisto dei clienti/cittadini. Spesso i cambiamenti non sono indolori e il commercio al dettaglio e gli esercizi di vicinato sono stati tra più esposti a questi cambiamenti.

Ma sarebbe pericoloso dare tutta la colpa al digitale e all'eCommerce. Anzi il digitale – come tutti gli ambienti tecnologici ricchi di novità e funzionalità – può essere una minaccia ma anche un'opportunità ... a patto che lo si conosca, che si sappia scegliere, che si abbia il coraggio di cambiare mentalità, e non limitarsi a fare "ciò che si è sempre fatto".

Il fatto che Amazon compri catene di negozi e che ogni apertura di un Apple store crei una piccola rivoluzione urbana dimostra altresì che il negozio non è morto anzi ... La questione è dunque come far evolvere il negozio fisico per cogliere la sfida del digitale e come le città debbano trasformarsi – nel loro essere sempre più smart – non solo per far vivere meglio i cittadini ma anche per rendere gli operatori commerciali e di prossimità che in esse operano più forti, radicati e competitivi.

E allora i distretti urbani del commercio riletti con la lente del digitale, le tecnologie digitali per potenziare l'esperienza fisica d'acquisto, i temporary store visti come aule didattiche su strada per provare il digitale, i sensori per analizzare i flussi pedonali e la permanenza davanti alle vetrine, i nuovi sistemi di pagamento usati dai più giovani, le comodità della consegna a domicilio per alcuni segmenti di clientela, ... sono esempi delle fondamenta su cui si costruirà il negozio 4.0. Negozio 4.0 inteso come modalità con cui il commercio di prossimità e i negozi tradizionali potranno cogliere in pienezza le opportunità offerte dalla rivoluzione digitale senza snaturar le loro origini e la loro specificità.

Andrea Granelli: presidente di Kanso, società di consulenza che si occupa di innovazione e change management. Da diversi anni lavora su temi legati all'innovazione: inizia come ricercatore al CNR e lavora per diverse aziende (CESI, Montedison, Fimedit, McKinsey). Nel 1996 entra in Telecom Italia dove fonda tin.it – facendone per molti anni l'amministratore delegato – e poi diventa CEO della ricerca e del Venture Capital del gruppo (Tilab). È stato membro del Comitato di valutazione del CNR, direttore scientifico della scuola internazionale di design Domus Academy, presidente dell'Associazione Archivio Storico Olivetti e membro del Consiglio Nazionale del WWF. Scrive periodicamente di innovazione su libri, quotidiani e riviste, con particolare attenzione alla rivoluzione digitale e ai suoi molteplici

risvolti (anche quelli problematici). Ha inoltre curato la voce “Tecnologie della comunicazione” per la nuova enciclopedia Scienza e Tecnica della Treccani. Ha recentemente lanciato – insieme a Flavia Trupia – “PerLaRe”, associazione per il rilancio della retorica e il suo reinserimento tra gli elementi fondativi della leadership.

L'appuntamento è il 20 marzo 2019, ore 13.00 in Sala Ferruccio Galmozzi in via Torquato Tasso 4 a Bergamo

[invito_negozio 4.0-20.03.19](#)

Commercio e servizi, accordo saltato per la stagionalità

Accordo saltato tra Ascom Confcommercio Bergamo e le organizzazioni sindacali territoriali Filcams CGIL, Fisascat CISL e UilTucs UIL sulla gestione della stagionalità per i settori del commercio e dei servizi.

“Peccato che il commercio non riesca a trovare un accordo. Il CCNL delega al Territorio tale possibilità e dopo mesi di trattativa il sindacato territoriale non trova una posizione unitaria” afferma Enrico Betti, responsabile dell’Area Lavoro di Ascom Confcommercio Bergamo-.

Nell’ultimo incontro effettuato oggi 8 marzo le posizioni dei tre segretari di Filcams CGIL Fisascat CISL e UilTucs UIL sono state ancora divergenti. Le proposte effettuate da Ascom non sono state accolte.

“Sia la prima proposta fatta alcuni mesi fa sia quella di oggi è stata bocciata, per il sindacato l’individuazione dei comuni

a vocazione turistica, che peraltro riprende la normativa Regionale del 2015 e del 2008, è troppo estensiva, ma non hanno presentato una proposta alternativa. Peraltro la trattativa si è interrotta con una pregiudiziale politica da parte della Filcams CGIL che ha espressamente affermato che non sa se ha il mandato per trattare l'argomento – spiega Betti-. E' una posizione incomprensibile. E', infatti, il contratto nazionale che delega il secondo livello, è la legge Regionale ad indicare i comuni coinvolti ed è la legge nazionale 81/2015 a definire il perimetro in cui l'accordo avrebbe valore. Auspichiamo comunque che le trattative possano riprendere al più presto al fine di non penalizzare ulteriormente le aziende del commercio e dei servizi soggette alla stagionalità. Attendiamo che la Filcams sciolga le sue riserve".

L'accordo interessa oltre 20 mila imprese del commercio e dei servizi bergamasche.

Sulle stesso tema nei mesi scorsi è stato raggiunto l'accordo a livello nazionale tra Confcommercio, Fipe e Federalberghi e le organizzazioni sindacali dei lavoratori Filcams CGIL, Fisascat CISL e Uiltucs. Il risultato è che le imprese del Turismo ed i Caf possono assumere personale per far fronte ai picchi di lavoro determinati dalla stagionalità, senza dover sottostare a particolari limitazioni. Infatti, per superare le rigidità introdotte dal Decreto "Dignità" all'utilizzo del contratto di lavoro a termine e nel contempo sostenere l'occupazione, l'unica strada da percorrere era quella di siglare un'intesa con le organizzazioni sindacali, applicando di fatto la deroga per le attività stagionali prevista dal decreto legislativo 81/2015. E così è stato fatto. Gli accordi prevedono, per tutte le attività del turismo e i Caf, che sono fortemente condizionate da un'intensificazione dell'attività in alcuni periodi dell'anno, di assumere personale per ragioni di stagionalità o di rinnovare il rapporto a termine con un dipendente, ad esempio un cameriere, affidandogli le stesse mansioni e senza dover indicare alcuna causale nel contratto.

“Gli accordi riaffermano e rafforzano l’importanza e l’efficacia della contrattazione realizzata dalle Organizzazioni sindacali più rappresentative – conclude Betti -. Per la nostra base associativa è un risultato importante. L’economia della nostra Provincia è fondata su attività a prevalente vocazione turistica con la conseguenza che anche la necessità di lavoratori ne è fortemente influenzata. I nostri uffici sono a disposizione delle imprese associate per i chiarimenti che dovessero essere necessari”. L’accordo nazionale riguarda più di 4 mila aziende del nostro territorio.

Arriva lo “Sbarazzo”, super offerte dei negozi del centro sul Sentierone

Domenica 17 marzo nei negozi di Bergamo sul Sentierone arriva lo ‘Sbarazzo’, una giornata dedicata alle super offerte di fine saldi dei negozi del Centro I negozi allestiranno degli stand per presentare i propri articoli in offerta super scontata. L’iniziativa è promossa da Comune di Bergamo, Distretto Urbano del Commercio e Associazione BergamoInCentro

Negozi in calo ma è boom di

alberghi e locali

I centri storici hanno perso il 13% dei negozi in sede fissa nel periodo 2008-2018, -14% al sud con divario di 4 punti percentuali rispetto al centro-nord. Rispetto alle periferie lo scarto è di circa il 3%.

È quanto emerge dall'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio sull'evoluzione negli ultimi dieci anni delle attività commerciali, turistiche e dei servizi nei centri storici e nelle periferie.

Lo studio è stato realizzato su 120 città, di cui 110 capoluoghi di provincia e 10 comuni di media dimensione).

Per quanto riguarda Bergamo, in questi dieci anni, guadagniamo qualcosa nel centro storico e perdiamo fuori dal centro, meno rispetto alla media nazionale.

Se la media nazionale sul commercio registra -13% nei centri storici, a Bergamo è del -13,9%, con un calo da 97 attività a 83. Ma il saldo negativo è affiancato dalla grandissima crescita di alberghi, bar e ristoranti che segnano +36,5 passando da 69 a 94, contro il 18,6% nazionale.

Fuori dai centri storici: i negozi a Bergamo calano del 3% passando da 1.291 a 1.262, contro il calo nazionale del 10,3%, mentre alberghi, bar e ristoranti in città del 16,8%, con le attività dell'accoglienza che salgono da 675 a 789) e a livello nazionale del 17,7%.

“Il cambio di vocazione di parti della città verso il turismo insieme alla crescita dei flussi turistici degli ultimi anni sono evidenti – dice Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo -. La caduta del commercio di vicinato fuori dal centro storico c'è ma è meno pesante della media dei comuni medio grandi. I negozi tengono perché l'effetto della grande distribuzione è già stato pagato prima del 2008 in città all'epoca dei grandi insediamenti extraurbani. Il calo

nel centro storico dei negozi è maggiore per effetto del cambio di vocazione che ha garantito il mantenimento delle rendite immobiliari attraverso la sostituzione con bar e ristoranti”.

Il commercio fatica ma è vivo in città. La città cambia e si trasforma il commercio. Le rendite immobiliari resistono perché trovano nel cambio di destinazione motivo di trasformazione.

“La preoccupazione è su due fronti – segnala Fusini – per la sostenibilità a lungo termine dei tanti nuovi esercizi del settore food e per la sopravvivenza di molte merceologie del commercio di vicinato che risultano in difficoltà a reggere canoni di locazione troppi alti e non diminuiti”.

Lo studio di Confcommercio ha indagato vari temi: come l’evoluzione delle attività commerciali, turistiche e dei servizi ha cambiato il volto delle città, dai centri storici alle periferie, negli ultimi 10 anni, il ruolo del commercio ambulante e le proposte per riqualificare i centri urbani e scongiurare il rischio di desertificazione commerciale.

Secondo il direttore dell’Ufficio Studi, Mariano Bella, c’è un evidente effetto composizione dei consumi. Crescono negozi tecnologia e farmacie, cade il numero di negozi tradizionali, che escono dai centri storici per trasformarsi nell’offerta delle grandi superfici specializzate fuori dalle città. Il calo dei consumi reali pro capite ha comportato una perdita di negozi in sede fissa. Quando salgono i consumi il numero di negozi resta stabile. L’impatto della popolazione è positivo, la sua riduzione determina maggior desertificazione delle città. Bella ha sottolineato che secondo le stime dell’Ufficio Studi, “il 70-80% della riduzione dei negozi dei centri storici è dovuto a razionalizzazione e scelte relative a scarsa redditività e competizione con e-commerce, centri commerciali, parchi e outlet”.

[dati commercio bergamo 2008-2018](#)

I fioristi dicono no alla vendita abusiva di fiori

I fioristi dicono no alla vendita abusiva di fiori e diffondono una locandina con lo slogan: "Compra i fiori in negozio" con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica contro l'abusivismo.

Il presidente del Gruppo Fioristi Ascom Bergamo, Adriano Vacchelli, ha inviato una lettera al sindaco di Bergamo, Giorgio Gori, evidenziando il problema, in particolare per quanto riguarda la Festa della donna e della mamma, dove si moltiplica il problema.

"È un fenomeno che si acuisce ogni anno ed oggi, a causa delle difficoltà e del perdurare della crisi, la nostra categoria è in grave difficoltà e tanti piccoli negozi, che illuminano i centri storici, sono costretti a chiudere. Certamente chi vende abusivamente fiori in strada è vittima e colpevole involontario del racket, ma la conseguenza di questa illegalità ricade su tutti perché non si parla solo di sfruttamento ma anche di evasione di imposte e tasse", afferma Vacchelli.

"Di fronte a questo fenomeno ci sentiamo impotenti e chiediamo con forza il vostro aiuto e il vostro intervento. La legge impone alle Forze di Polizia controlli, applicazione di sanzioni e il ritiro immediato della merce, per questo ci rivolgiamo a Voi chiedendo la vostra cooperazione nel contrastare il problema. È nostro desiderio continuare a impegnarci per ostacolare il fenomeno. Per questo negli anni scorsi abbiamo ideato una campagna di sensibilizzazione che riproponiamo anche quest'anno", aggiunge il presidente della categoria.

Qui per scaricare la locandina

[Compra fiori in negozio 2019 campagna fioristi](#)