

Reti d'impresa, GoInBergamo in evidenza a Roma

In occasione della presentazione del bando "Reti d'impresa tra attività economiche su strada", Confcommercio Lombardia ha illustrato in Confcommercio Roma l'esperienza delle reti d'impresa del settore commercio costituite in Lombardia. Durante l'incontro sono state illustrate le esperienze di MB Circle, Alberghi la Milano che Conviene, Valtellina in Tavola, Photop, Varese Food & Wellness, Viviseregno e GoInBergamo.

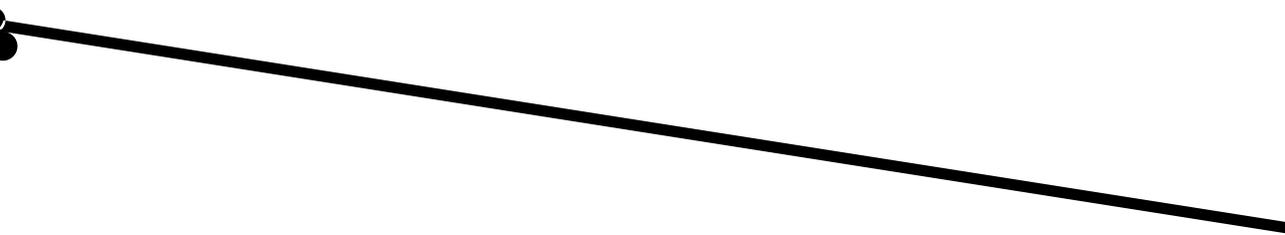
Bergamo, otto residenti su dieci fanno la spesa fuori dal centro

Lo studio commissionato dal Duc conferma le difficoltà del commercio e la necessità di rilanciarne l'attrattività. Il presidente Ghidotti: «La buona notizia è che è riconosciuto un luogo vivo ed è frequentato abitualmente. E che le iniziative messe in campo sono state apprezzate»

L'assemblea dell'Ascom / La

galleria fotografica

Ecco la gallery fotografica della 71esima assemblea dell'Ascom Confcommercio Bergamo che si è tenuta lunedì 23 maggio nella nuova sede da poco inaugurata (*Servizio fotografico di Gian Vittorio Frau*)



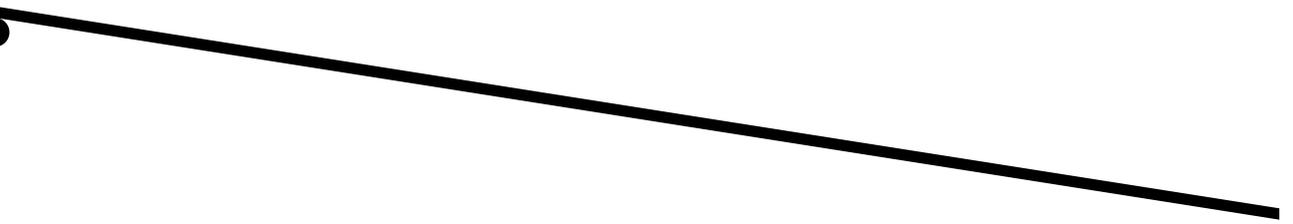
I casi virtuosi / «Su Facebook c'è anche la cliente che non ti aspetteresti mai»

Le testimonianze delle aziende innovative all'assemblea dell'Ascom

Gandi: «Lavoriamo insieme sulla rigenerazione urbana»

Il vicesindaco di Bergamo: «Contrastare i negozi sfitti e lo svuotamento dei grandi contenitori le sfide da affrontare insieme»

Fusini: “Il commercio tradizionale dovrà affrontare una nuova grande sfida”



Oscar Fusini

di Oscar Fusini*

Nell'affrontare il tema dell'innovazione nel Terziario non si può non riprendere la prefazione alla collana delle Bussole di Carlo Sangalli. Venuto di recente a Bergamo per l'inaugurazione della nostra nuova sede, il presidente di Confcommercio ha ribadito che occorre superare l'idea, o il pregiudizio, che l'innovazione appartenga solo alle attività industriali e del terziario avanzato. L'innovazione – è bene rilevarlo – non è solo tecnologica, di prodotto o di processo.

E' presente anche nei nostri settori. Il commercio, il turismo e i servizi restano una componente tra le più vivaci ed esprimono grande innovazione innanzitutto nell'idea che li accompagna (quindi nella proposta di valore al cliente) ma anche nei nuovi modelli organizzativi, di marketing, di business, nei nuovi formati distributivi e nei nuovi modi di interagire con i clienti, con o senza l'utilizzo di nuove tecnologie. In altri termini, il terziario esprime continua e grande innovazione. Basti vedere quante attività innovative – dai negozi ai ristoranti, dalle attività di servizi alle imprese e alle persone – si affermano con le loro novità nella nostra provincia, nei centri urbani, direzionali e commerciali.

Un secondo aspetto mi riporta più vicino al tema. Ed è il tentativo di rispondere alla domanda su come si evolverà il rapporto tra il commercio tradizionale e quello virtuale e quali effetti si produrranno sui consumi e sull'occupazione. Su questo tema vedo alternarsi studi e ricerche, alcune ottimistiche, che minimizzano il fenomeno, altre più catastrofiste secondo le quali nel giro di pochi anni tutto o quasi si comprerà in rete mentre i centri urbani perderanno i negozi. Detta così sembrerebbe del tutto passivo il nostro ruolo ed inevitabile la dismissione delle attività tradizionali per cercare fortuna in altri settori. Non è così. Il destino del nostro mondo e la sopravvivenza delle imprese sono nelle nostre mani e nella capacità di innovare, investire e cambiare dei nostri imprenditori. Di questo dobbiamo innanzitutto prenderne consapevolezza per cercare di trovare gli strumenti di reazione più adeguati. Noto, infatti, che siamo un po' distratti. Perché siamo ancora concentrati sulla questione della concorrenza tra piccoli esercizi e grandi strutture di vendite e ci sfugge che il mondo sta velocemente cambiando. Oggi la partita nel commercio, lo scontro in atto, è tra acquisto tradizionale e virtuale, tra innovazione, servizi e prezzo e, quindi, su come i diversi canali di vendita rispondono alle nuove esigenze dei consumatori.

A noi che siamo persone d'associazione ci piace pensare innanzitutto positivo e crediamo che si possa raggiungere una crescita equilibrata, almeno nei principali settori del commercio. In alcuni settori, dove la standardizzazione del prodotto è totale (libri, cd, tecnologia ecc.) vedremo salire a quote maggioritarie il canale Internet. In altri comparti, invece, come l'alimentare, e anche là dove l'acquisto risponde ad esigenze di tipo emozionale (abbigliamento, calzature ecc.) l'acquisto tradizionale manterrà la sua predominanza. Insomma non ci saranno solo acquisti in Internet, ma certamente l'economia sarà sempre più digitale. I negozi resisteranno ma saranno chiamati loro stessi a un percorso di integrazione della vetrina Internet e del commercio elettronico nell'attività tradizionale. Internet per molti imprenditori tradizionali dovrà diventare un alleato per ampliare e diversificare il mercato prima ancora che un avversario. Questo non succederà senza fatica. La sharing economy e il web stanno cambiando gli stili dei consumatori, come fece la televisione negli anni '50. Vantaggi non ne arriveranno purtroppo per chi resterà passivo. Come direbbe il mio amico Fabio Fulvio, responsabile del settore delle Politiche per lo sviluppo di Confcommercio e autore del libro "Il negozio nell'era di Internet", servono metodo e investimenti per fare innovazione, imparando a misurare le performance, sviluppando una reale strategia offline e online e selezionando, formando e gestendo e motivando il personale. Il commercio tradizionale è atteso quindi a una nuova grande sfida. Innovare per competere. La sua capacità di innovare e la passione dei nostri imprenditori mi rendono fiducioso.

* direttore Ascom Confcommercio Bergamo

Il punto degli Autosalonisti, dei Giovani Imprenditori e del settore Abbigliamento

La 71esima assemblea dell' Ascom è stata anche l'occasione per fare il punto sulle problematiche vissute dalle categorie

**Loreno Epis, presidente degli Autosalonisti di
Ascom Bergamo**



Loreno Epis

“L’inaugurazione della nuova sede ha portato maggior visibilità e prestigio alla nostra Associazione. Ma al contempo ha alzato le aspettative di tutti, dipendenti e associati. Ecco perché oggi il vero “Driver” di questa nuova avventura dovrà essere la capacità di rispondere ai bisogni degli associati, accelerare la sfida verso il rinnovamento”. A parlare è Loreno Epis, presidente degli Autosalonisti dell’Ascom, che ha ricordato come in veste di consigliere nazionale di Federmotorizzazione, ha partecipato all’evento internazionale del settore Automotive, chiamato NADA, a Las Vegas. “Qui – evidenzia Epis – ho potuto constatare come l’innovazione tecnologica e commerciale siano alla base del mercato e danno eccellenti risultati sul piano economico.

Sappiamo che il nostro paese è molto differente sotto l'aspetto legislativo, culturale e economico rispetto agli Usa, ma le tendenze che emergono Oltreoceano tendono spesso a ripresentarsi in Europa e in Italia dopo qualche anno. Affinché l'innovazione possa veramente prendere piede sarà tuttavia necessario modernizzare maggiormente il nostro paese, che è ancora in ritardo e augurarci un reale cambio di passo della politica italiana, soprattutto come attenzione verso il nostro settore. Insomma, se vorremo veramente migliorare il nostro "sistema Italia" – ha dichiarato Epis – dovremo tutti insieme impegnarci per un cambiamento della politica verso i settori economici". "Sebbene le auto – tornando al mio settore – si comprino ancora nei concessionari e negli autosaloni, Internet sta diventando un passaggio obbligato per i tanti in procinto di cambiare l'auto. Ecco perché le sfide saranno la formazione e l'assistenza sul versante delle nuove tecnologie. Abbiamo già in programma la partenza di un nuovo percorso per i nostri associati mirato alla formazione "ad hoc" sull'uso della tecnologia e degli strumenti web finalizzati ad ogni singola realtà impegnata nella filiera Automotive. Da un punto di vista associativo – continua Epis – auspico invece l'unificazione dei due gruppi di categoria del settore auto, tra vetture nuove e usate, in un'unica categoria per rafforzare e coordinare gli sforzi in questo settore. Questo è in linea con quanto la nuova Federmotorizzazione sta facendo nella rappresentanza del settore auto. Bergamo, e questo lo posso tranquillamente confermare, è una provincia all'avanguardia nel settore Automotive per qualità dei servizi dei concessionari e degli autosaloni. E, grazie al lavoro dell'Ascom, è anche avanti nella rappresentanza. Questo è motivo di prestigio. Ma – ha concluso il presidente -. non ci dobbiamo fermare, anzi dobbiamo puntare a traguardi sempre più importanti".

Luca Bonicelli, presidente del Giovani dell'Ascom Bergamo



Luca Bonicelli

Per Luca Bonicelli, presidente del Giovani Ascom Bergamo – Gruppo che nei giorni scorsi ha organizzato un workshop dedicato al tema dell'innovazione nelle pmi – “innovare significa cambiare. Cercare risposte nuove per esigenze nuove e vecchie e per crescere in un mercato sempre più dinamico e competitivo. Ma soprattutto significa imparare ad essere mutevoli rispetto ad un mondo dinamico”. “Quello che ci hanno lasciato questi lunghi e interminabili anni di crisi – ha affermato Bonicelli – non sono solo difficoltà. Io penso anche alle nuove occasioni. Vanno colte, ma in ogni caso occorre operare uno scarto rispetto al passato. Occorre pertanto una maggiore formazione, più investimenti, perché il metodo si può apprendere solo qualificandoci mentre l'investimento è alla base dello sviluppo di qualsiasi attività d'impresa. Innovare – ha proseguito il presidente – significa fare rete o, come si diceva in passato, fare sistema tra organizzazioni, perché nel momento in cui le difficoltà sono grandi e comuni, il confronto può arricchire il dibattito e coordinare le risposte”. “Per questo voglio ringraziare l'Ascom e il suo presidente che mi daranno la possibilità di ospitare, in concomitanza con l'evento benefico annuale del prossimo 17 giugno, anche un convegno nazionale dei Giovani Imprenditori di Confcommercio sul tema delle reti. Perché in un convegno nazionale possiamo offrire le nostre proposte e cogliere

spunti positivi dagli altri. Se lo scambio e la contaminazione di idee possono essere utili a livello nazionale non dobbiamo dimenticare che la rete deve promuovere innanzitutto il territorio e il suo tessuto produttivo. In questo mi piace ricordare le azioni del Coordinamento provinciale dei Giovani – cui partecipano anche i Giovani imprenditori di Confindustria, di Confartigianato e Ance – che quest’anno proporrà spunti e argomenti in un nuovo ciclo di incontri formativi. Cambiano, infatti, i settori – ha concluso Bonicelli – ma i problemi e le risposte sono gli stessi. Innovazione formazione ed investimento restano le chiavi per affrontare il futuro”.

Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento e Calzature Ascom Bergamo



Diego Pedrali

Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento e Calzature Ascom Bergamo ha evidenziato come “la situazione della nostra economia è ancora difficile”. “Ogni giorno noi commercianti rischiamo tutto, mentre lo Stato, che con lo sperpero mostruoso crea danno al mondo imprenditoriale, ci zavorra – accusa Pedrali -. Ormai abbiamo utilizzato tutte le riserve accantonate negli anni, il nostro benessere per il futuro, ed è rimasto ben poco. Avremmo bisogno di un miglior rapporto con il sistema bancario, di maggior sostegno da parte dello Stato e delle Istituzioni. Uno di questi potrebbe essere, per

esempio, quello di rivedere il capitolo delle concessioni commerciali, perché il territorio bergamasco non ha più bisogno di altri centri commerciali, ma di far rivivere i negozi del centro della città e di ogni paese, che sono la linfa vitale per il vivere quotidiano (comodità per l'acquisto, sicurezza, luce nei quartieri). Una sfida sicuramente non facile da realizzare, se non con l'aiuto appunto delle istituzioni". "La presenza di troppe attività della stessa merceologia e il loro alto turnover, quasi repentino – annota ancora Pedrali – crea solo confusione, perché condizionano la professionalità dei commercianti storici. A tutto questo si aggiunge una pressione fiscale che crea solo un problema di sopravvivenza oltre a quello non marginale dell'occupazione. Ecco perché auspico che la nostra Associazione continui ad essere un punto di riferimento per noi imprenditori, dove trovare, come sempre è successo fino ad oggi, la massima e sincera collaborazione da parte di tutto il personale".

L'assemblea dell'Ascom / Fulvio: «Ecco le mosse per rilanciare le attività nell'era di Internet»

Il responsabile delle Politiche per lo sviluppo di Confcommercio: «L'innovazione è alla portata di tutti e l'imprenditore che innova è anche quello che esce prima e più

competitivo dalla crisi». Quattro le mosse per mettere in atto il cambiamento

Malvestiti: «Tre i fattori decisivi per le imprese: competenze, aggregazioni di rete e innovazione»

Nella sua relazione all'Assemblea, il presidente dell'Ascom ha ribadito che «l'Associazione sarà chiamata ad essere sempre più all'altezza delle esigenze degli associati»

Dalla biodiversità alla “panediversità”, la giornata mondiale è anche in panificio

Sabato e domenica, 13 negozi bergamaschi offrono un omaggio a chi risolve i “crucipanpuzzle” o firma la “Carta” a sostegno del valore della diversità del pane