

Maroni: “Priorità all’innovazione, alla crescita e alle reti d’imprese”



Roberto Maroni

“Sul tema delle reti d’impresa abbiamo fatto molto e vogliamo continuare. Il numero dei contratti di rete è triplicato tra il 2012 e il 2013, grazie al progetto ‘Ergon’. Abbiamo finanziato 75 progetti di rete, per un ammontare di 15,6 milioni di euro tra il 2010 e il 2014. Nel 2015 abbiamo attivato anche il progetto ‘manager di reti’, per consolidare le reti d’impresa. Sono stati approvati 28 progetti e i contributi concessi sono stati di oltre 1 milione di euro. Questa é la strada giusta che vogliamo continuare a seguire”.

Lo ha detto il presidente della Regione Lombardia Roberto Maroni, intervenendo, insieme all’assessore allo Sviluppo economico Mauro Parolini, all’evento, promosso da Confcommercio, ‘Insieme protagonisti della ripresa – Storie di Reti del Terziario’. “Visti i tagli che vengono da Roma sulla spesa corrente e quindi su iniziative di finanziamento – ha aggiunto Maroni – io credo che sia giusto individuare le priorità. Le priorità sono il sostegno all’innovazione, alla crescita e alle reti d’impresa. Abbiamo investito molto anche

sui 9 cluster tecnologici regionali, finalizzati all'innovazione, alla competitività e alla ricerca. Per il biennio 2014-2015 abbiamo stanziato 1 milione di euro a favore di questi cluster, che raggruppano oltre 700 soggetti. Questo è il modello della Lombardia: mettiamo insieme pubblico e privato, le università, le imprese e i centri di ricerca, finanziando la ricerca applicata, quella che dà i risultati".

Maroni ha poi ricordato la Legge regionale sul turismo e l'attrattività' del territorio lombardo, che ha lo scopo di "superare la frammentazione e la parcellizzazione, favorendo le reti e i partenariati tra imprese". "Abbiamo messo 25 milioni per il biennio – ha aggiunto il presidente – e abbiamo lanciato l'iniziativa dell'anno del turismo. La Lombardia è nota per la manifattura, ma è anche la prima regione agricola d'Italia e quella che ha il maggior numero dei siti Unesco. Dobbiamo valorizzare questo enorme patrimonio. Dal 29 maggio partirà dunque l'anno del turismo lombardo, attraverso il quale vogliamo far conoscere le bellezze, le bontà gastronomiche, i luoghi della cultura e i paesaggi della Lombardia". "Condivido – ha concluso Maroni – l'appello di Confcommercio al Governo a migliorare la spesa pubblica. Noi abbiamo una sanità tra le migliori in Italia e in Europa ed è quella che ha il costo più basso. Il presidente Renzi si era impegnato a introdurre il principio dei costi standard nella Legge di Stabilità, ma questo non è avvenuto. Ha prevalso la logica dei tagli lineari. Faremo fronte a questi tagli senza aumentare i ticket e le tasse regionali, ma, se passasse la linea dell'efficientamento della spesa pubblica, noi ne avremmo un vantaggio".

Premiata a Milano la rete d'impresе promossa dall'Ascom

Riconoscimento a GoinBergamo, il network che riunisce, tramite l'ecosistema digitale E015, i distretti dell'attrattivit , le loro attivit  commerciali, i punti di interesse e le varie manifestazioni

L'indagine / Impresе, la carica delle reti. In Lombardia crescono del 25%

Nel 2015 sottoscritti 500 nuovi contratti. I numeri e l'identikit in un'indagine di Confcommercio Lombardia, che ha anche premiato 23 aggregazioni nei settori commercio, turismo e servizi

Se il consumatore fa i conti col picco dell'eccesso



I consumatori stanno perdendo il gusto di fare acquisti. L'appetito del consumatore, che si pensava insaziabile, sta prendendosi una pausa, forse di riflessione. Non lo dico io, ma giganti come Apple e Ikea, che rappresentano il pinnacolo del consumismo degli ultimi dieci anni. Oggetti belli, utili e a cui ambire nel caso di Apple,

accessibili e democratici nel caso di Ikea. Guardando agli ultimi risultati pubblicati qualche settimana fa dal gigante di Cupertino, le vendite di Iphone sono stagnanti, mentre quelle di Ipad, sono passate dai 21 milioni del 2014 ai 16 milioni del 2015. Ikea, che ci ha venduto candele e accessori per la casa, quando invece volevamo comperare solo un paio di mensole, lo ha capito prima degli altri. Sa che le nostre case, probabilmente più piccole di quelle in cui abitavano i nostri genitori, sono ormai piene di candele, tappeti e appendiabiti, magari proprio targati Ikea. Sanno che, per continuare a venderci nuove librerie Billy e divani letto con nomi di tennisti svedesi, ci devono aiutare a disfarcì di quelle precedenti. E visto che un mobile Ikea non sopravvive ai traslochi, e soprattutto, una volta montato, non può essere smontato e rimontato in una nuova casa (e qui parlo per esperienza personale), ha pensato di offrire un servizio di riciclo, che verrà presto lanciato nel nostro continente.

Ormai sembra che solo i paesi in via di sviluppo vogliano comperare ai ritmi serrati con cui compravamo venti o trent'anni fa. I migliori capitalisti hanno sempre saputo che le società inique non sono un terreno fertile dove fare affari e crescere, per questo Henry Ford decise di pagare bene, e di gran lunga al di sopra della media, i suoi operai. Da questa settimana Walmart, la catena di supermercati più grande degli Stati Uniti, ha iniziato a pagare un minimo salariale di dieci

dollari all'ora ai suoi 1.4 milioni di dipendenti. In termini economici, si tratta di un passaggio degli introiti dal capitale alla forza lavoro. Visto che Walmart si trova sulla stessa barca di Ikea e Apple, con i consumi stagnati e, per certi prodotti, con il segno meno, ha quindi deciso di dare un incentivo ai propri dipendenti, rendendoli più motivati, e probabilmente felici. Con questa mossa, fa inoltre capire ai propri clienti, milioni e milioni in tutta America, che le loro spese quotidiane non vanno ad arricchire soltanto gli azionisti, ma servono a migliorare la vita di chi riempie gli scaffali e sta alle casse. Quando le società occidentali erano povere, rispetto ad adesso, gli economisti si concentravano su come stimolare i consumi e come produrre maggiori quantità di beni. Oggi la domanda che i consumatori si fanno davanti ad un acquisto è spesso: "mi renderà felice?". Molti di noi hanno lavori che non rendono soddisfatti, che servono a comperare il nuovo tablet o pagare le vacanze. Oggetti o esperienze che hanno lo scopo di rendere sopportabile la nostra esistenza, non certo di migliorarla o di farci, magicamente, fare cose interessanti sul lavoro, o avere un impatto positivo sugli altri.

Publici esercizi, cresce la spesa dei turisti stranieri



L'attrazione che i turisti stranieri nutrono nei confronti dell'Italia non conosce crisi, visto che nel corso del 2015 hanno speso circa 8,4 miliardi di euro in tra bar e ristoranti. Lo ha reso noto la Fipe, che in occasione della Bit ha fatto il punto sull'andamento del turismo internazionale nello Stivale, destinato a crescere in modo significativo anche per il 2016. "Le previsioni dell'Ufficio Studi della Fipe – ha dichiarato il direttore Luciano Sbraga – parlano di una spesa complessiva nel fuoricasa che arriverà a sfiorare i nove miliardi di euro. Un'ulteriore conferma del valore di un settore, quello dei pubblici esercizi, che si dimostra ancora una volta uno dei fiori all'occhiello per l'intero sistema ricettivo e uno dei punti di forza nell'attrarre la clientela di tutto il mondo con proposte di qualità. Previsioni che fanno ben sperare per il futuro dell'intero settore, come anticipato in autunno dai dati positivi del Rapporto Ristorazione 2015: in base alle nostre previsioni, infatti, oltre l'80% dei consumatori ha in programma di spendere maggiormente nel fuoricasa nei prossimi mesi". Entrando nello specifico dei dati Fipe, cappuccini, caffè, panini, pizza e gelati sono i prodotti più apprezzati dai turisti a cui si devono aggiungere pranzi e cene completi, talvolta in ristoranti gourmet. Ma il valore della ristorazione non si misura soltanto in termini di spesa ma, anche e soprattutto, per la capacità di generare attrazione verso l'Italia e soddisfazione da parte dei turisti. Ai primi posti della motivazione dei loro viaggi i turisti – secondo la Fipe – indicano il patrimonio culturale e l'enogastronomia, mentre gli aspetti considerati più importanti, durante la vacanza, risultano il sentimento di ospitalità degli italiani e, ancora, la qualità del mangiare e del bere. Parlando invece di destinazioni preferite, le pagelle dei turisti confermano che la ristorazione resta un punto di forza trasversale a tutte le tipologie di località.

Bergamo città senza contanti? I dubbi e le proposte dell'Ascom

Intervento del direttore Fusini sul progetto cashless city del Comune di Bergamo. «Per le imprese costi troppo alti, ma a frenare la diffusione sono anche problemi di sicurezza e inefficienza dei sistemi»

Malvestiti: «Ascom più efficiente grazie alla nuova sede»



Paolo Malvestiti

«Con quale spirito avremmo potuto ancora parlare di innovazione ai nostri imprenditori senza aver dato, noi per primi, un esempio forte?». Chi, come Paolo Malvestiti, ha fatto del pragmatismo la propria cifra imprenditoriale, la risposta l'ha già insita nella domanda. Contano i fatti. Conta che l'Ascom abbia rivoluzionato la vecchia sede storica, ricostruendola integralmente con un concept moderno, innovativo e più funzionale alle mutanti esigenze degli associati. E conta che la gamma di servizi, già di per sé ampia, sia in fase di ulteriore definizione e potenziamento all'interno di un rinnovato disegno strategico che vede appunto questa componente prevalere sempre più sulla funzione sindacale. Step decisivi, annota il presidente dell'Ascom, in grado di dare un senso compiuto al percorso di crescita dell'Associazione di categoria, sempre in prima linea per sfidare la crisi.

Presidente, una svolta...

«Assolutamente sì. E non è ancora finita»

Nel senso che?

«Che abbiamo ancora alcuni passaggi da completare. Vede, siamo sempre più costretti a fare i conti con cambiamenti rapidi e complessi e il dovere verso i nostri associati ci impone di mettere in atto scelte e strategie ben definite per rimanere al passo coi tempi. Pertanto, abbiamo bisogno di inserire nell'organizzazione forze fresche, professionalmente preparate, capaci di leggere l'evoluzione dei mercati e di indicare le nuove direzioni di marcia all'Ascom».

Nuova sede, nuovi vertici?

«È evidente. Oggi, dopo la lunga e felice stagione di Trigona – che non finiremo mai di ringraziare – abbiamo un nuovo direttore, Oscar Fusini, altrettanto capace, che può contare su uno staff di collaboratori che già da tempo ha intrapreso un percorso di aggiornamento. Ebbene, ritengo importante che

l'evoluzione e il cambiamento interessino anche i vertici. Dobbiamo essere coerenti con il rinnovamento. Altrimenti è tutto inutile. Nuovo abito, nuove forze, per riprendere la sua domanda».



Riguarderà anche Lei, presidente?

«Ho già fatto cenno alle mie intenzioni: nel 2017, quando avremo le elezioni, non mi ricandiderò».

È una decisione definitiva?

«Sì, lo scriva pure. Ufficializziamo».

Nel frattempo?

«Come le stavo dicendo, lavorerò al rafforzamento della squadra di governo. Voglio dare all'Ascom l'opportunità di far leva su persone più rappresentative dell'attuale momento storico ed economico».

Non c'è il rischio che si perdano preziose competenze?

«La scommessa sarà quella di creare un connubio virtuoso tra l'esperienza di alcuni componenti dell'attuale Consiglio e l'effervescenza dei giovani chiamati a interpretare al meglio le nuove complessità del mercato».

Per molti, lasciare non sarà un momento facile...

«Posso immaginarlo. Ma per tanti di noi è tempo di uscire. Bisogna cambiare. Guardi, non l'ho mai detto prima, ma io stesso, già da un po', ho capito che ho fatto il mio tempo. E ora che abbiamo completato il grande salto con la nuova sede, mi rendo conto che abbiamo la responsabilità di mettere in squadra persone capaci di cogliere le nuove evoluzioni commerciali».



È da tanto che batte sul tasto del cambiamento...

«È assolutamente necessario. Dobbiamo metterci in testa che il commercio tradizionale nel tempo diminuirà sempre di più. Dovrà vedersela con altre forme di distribuzione, come la vendita online, a cui dobbiamo guardare con molta attenzione. È in atto una rivoluzione nell'approccio all'acquisto da parte dei consumatori e non possiamo farci trovare impreparati».

Di qui anche la scelta della nuova sede...

«Esatto. Un nuovo abito per essere più efficienti, accrescere le nostre potenzialità e dare più dinamicità a servizi come l'area legale, l'internazionalizzazione, l'innovazione tecnologica, l'ambiente e la sostenibilità, per citare alcune funzioni. Solo così potremo offrire risposte adeguate alle nuove esigenze degli associati che si trovano spesso a fare i conti con un mercato che è diventato particolarmente competitivo e selettivo».

Colpa della crisi?

«Non solo. Le cito un aspetto, sui tanti. Oggi i grandi brand hanno forti impatti sui territori. Grazie alla leva del marketing, sono in grado di orientare le propensioni al consumo e di concentrare in tempi anche relativamente brevi, e col massimo dei profitti, veri e propri fenomeni commerciali. Diventano “registri” del mercato, insomma, e condizionano i piccoli operatori costretti ad inseguire per cavalcare l’onda del momento. Ma alla fine è un gioco sfiancante per chi non ha i mezzi delle grandi catene».



Come se ne esce?

«Qui entriamo in gioco noi, con le nostre consulenze, i nostri servizi e il nostro appoggio. Detto questo, credo che la dote vincente di un imprenditore oggi sia quella di saper dare una svolta netta, se necessario, alla propria attività. Se un commerciante si rende conto che il suo prodotto è maturo, deve avere il coraggio di guardare altrove. In altre parole, deve coltivare le capacità di sbagliare meno e di saper leggere l’evoluzione del mercato grazie alla conoscenza, alla professionalità e a una dialettica vincente col cliente».

Serve un bel salto culturale, però...

«Non a caso l’Ascom, con il suo polo di formazione a Osio Sotto, supporta ad ampio raggio chi vuole accrescere il proprio bagaglio professionale. E sempre non a caso, negli anni, ha aperto anche 10 delegazioni periferiche, distribuite in tutta la provincia, per essere più vicina agli operatori. Una scelta strategica, quella di andare noi sul territorio,

proprio per lanciare un segnale preciso agli associati, ma anche per capire meglio le problematiche degli imprenditori».

Un dialogo centro-periferia destinato a migliorare

«È evidente. Possiamo dire che con la nuova sede il rapporto tra Bergamo e le delegazioni sarà ulteriormente ottimizzato, potenziato e funzionale, tutto a beneficio dei nostri associati».

Presidente, nella scelta dei materiali è stata data una forte prevalenza al vetro. Casuale?

«È stata una scelta precisa. Vogliamo dare un segnale di dinamismo e di effervescenza e, soprattutto, rafforzare la nostra identità di casa trasparente».

Lei ha seguito passo passo i lavori. Che esperienza è stata?

«Indimenticabile. Un bell'impegno, che ho potuto affrontare – voglio sottolinearlo – grazie allo straordinario apporto della famiglia che ha saputo mandar avanti egregiamente l'azienda sobbarcandosi anche la mia parte. In questo anno e mezzo ho gestito grandi responsabilità e ho conosciuto persone straordinarie, in linea con i valori in cui credo».



Quali valori?

«Le rivelo un piccolo segreto. Ogni anno trascrivo sempre una frase, da una agenda all'altra, che per me è sacra: "Il valore della persona sta nella sua identità non nella sua comunicazione". È profonda, e per me è una verità assoluta. Ecco, ho conosciuto molte persone vere e pochi venditori di fumo».

Per chiudere, c'è un messaggio che vorrebbe inviare agli associati alla vigilia dell'inaugurazione della nuova sede?

«Lo so che sembrerà retorico, ma mi piacerebbe che ogni imprenditore sentisse l'Ascom come parte integrante del suo mondo, un partner affidabile pronto a dare una mano. Perché è importante avere un supporto qualificato, un consulente d'aiuto nelle varie fasi di sviluppo. Oggi più di ieri».

(Servizio fotografico di Gian Vittorio Frau)

Edicole e librerie, prorogato al 19 febbraio il bando Voltapagina

Contributi a fondo perduto del 70% per le spese relative ad arredi, attrezzature, opere murarie, acquisto di software, hardware o interventi di efficientamento energetico. Lo Sportello del Credito della Fogalco è a disposizione per fornire informazioni e assistenza per la predisposizione della richiesta

Gros Market, due gruppi interessati a rilevare le attività



Spiragli di ottimismo si aprono nella vicenda Gros Market di Dalmine. Si stanno infatti concretizzando due proposte di acquisto da parte di altrettanti gruppi operanti nel settore, interessati a rilevare l'attività dalla famiglia Lombardini. "Il nostro maggiore auspicio è che i 180 lavoratori siano salvaguardati, così come le attività di tutti e sei i negozi del gruppo". Alberto Citerio, segretario generale di Fisascat Cisl

Bergamo, sta conducendo le trattative con Lombardini per la vicenda dei Gros Market "restituiti" da Carrefour nonostante l'accordo stretto tra i due gruppi meno di tre anni fa. Tra questi anche il negozio di Dalmine, nel quale lavorano 52 persone. Le notizie che giungono, dunque, parlano di due gruppi interessati a rilevare attività e lavoratori e che la cosa si possa concludere in breve tempo, almeno entro il prossimo 31 marzo, data in cui Carrefour restituirà definitivamente i negozi a una proprietà che non può più gestirli, avendo Lombardini chiuso ogni attività nel settore. Unica alternativa alla chiusura e alla mobilità per tutti i dipendenti, dunque, è la cessione dei negozi ad un terzo soggetto.

"Ci auguriamo naturalmente che queste prospettive diventino al più presto realtà – sottolinea Citerio. I negozi devono

proseguire la loro attività, come a Dalmine si sta tuttora facendo. Infatti, il sindacato sta facendo il possibile perché l'attività commerciale non si fermi, e fino a oggi ci siamo riusciti, anche solo per quello che il Gros Market rappresenta, dal punto di vista sociale e "storico" per la città che lo ospita. E anche e soprattutto per le 52 famiglie che su di esso fanno conto per il proprio sostentamento". Per questo, FISASCAT CISL ha sempre richiesto e sostenuto che Carrefour mantenesse il livello commerciale di ogni punto vendita. "Adesso Lombardini si adoperi affinché con i soggetti interessati si possa arrivare a un accordo nel più breve tempo possibile".

I vertici dell'Ascom sul territorio. Incontro con la delegazione di Albino

da sinistra Paolo Malvestiti, Simona Ghirardi, Antonietta Agazzi, Stefania Gritti e Giorgio Lazzari

Proseguono gli incontri in provincia da parte dei vertici dell'Ascom. Dopo [Zogno](#), il presidente Paolo Malvestiti, il direttore Oscar Fusini e Giorgio Lazzari, responsabile delle relazioni esterne, hanno fatto visita alla delegazione di Albino, nell'ambito del programma volto a rafforzare l'integrazione e il raccordo tra gli uffici periferici dell'Associazione e la sede centrale.

È stata l'occasione per confrontarsi con la responsabile della delegazione Stefania Gritti e le collaboratrici, fare il punto

sulle strategie interne ma soprattutto raccogliere problematiche, istanze e proposte del mondo delle imprese commerciali, del turismo e dei servizi del territorio.

La delegazione di Albino dell'Ascom si trova in viale Aldo Moro, 2/19. È la sede di riferimento per le attività della media Val Seriana, della Val Gandino e dell'Altopiano di Selvino-Aviatico.