

Al mare ad agosto in Italia per dieci giorni in albergo: ecco l'identikit della vacanza tipo di quest'estate

È quanto emerge dall'indagine di Federalberghi secondo cui il 54,5% degli italiani farà una vacanza, per un giro d'affari complessivo di 22,7 miliardi di euro

Piano piano il turismo riparte: l'estate 2021 significherà vacanze per 32,5 milioni di italiani, pari al 54,5%. Meglio rispetto allo scorso anno, anche se il confronto con il 2019 fa emergere una "perdita" di 2,1 milioni di turisti (-2,6% in percentuale). A dirlo è l'indagine Federalberghi sul movimento degli italiani per l'estate 2021, realizzata con il supporto tecnico dell'Istituto ACS Marketing Solutions. La ripresa non si avverte però ancora nelle città d'arte e nelle località meta tradizionale dei turisti stranieri: nei primi mesi del 2021 a Venezia, Roma e Firenze il tasso di occupazione delle camere è infatti crollato di oltre il 70% rispetto al 2019.

A seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19, nel 2020 sono andate perse 228 milioni di presenze (-52,3% rispetto al 2019), con un calo di fatturato del settore ricettivo pari al 54,9%. La crisi non è ancora passata: nei primi sei mesi del 2021 le presenze totali sono state 115 milioni in meno rispetto a quelle dello stesso periodo del 2019 (-67,3%). Ma vediamo nel dettaglio i risultati della ricerca.

IN VACANZA PER QUANTO TEMPO – La durata media della vacanza principale sale a **dieci notti contro le nove del 2020**. Diminuisce quindi di quasi dieci punti percentuali (da 57,1% a 48,9%) il numero di coloro che passeranno da 4 a 7 notti fuori casa e di quanti faranno anche delle vacanze brevi (1,3%

contro il 2% del 2020). Sostanzialmente stabili, invece, quanti si potranno permettere un week end o poco più (da 7,8% a 7,4%). Chi ha dovuto accorciare la vacanza lo ha fatto principalmente perché il budget si è ridotto (73,9% degli intervistati), perché trova che i prezzi siano aumentati (23,9%) e perché parte delle ferie è stata consumata durante il corso dell'anno (21,7%).

LE METE PREFERITE – Il 93,3% degli italiani che ha effettuato o effettuerà una vacanza nel corso dell'estate rimarrà in Italia, per un totale di 30,1 milioni di persone. All'estero andrà il 5,1% contro il 2,8% nel 2020, mentre l'1,6% è ancora indeciso.

LA VACANZA IN ITALIA – Il mare si conferma la meta preferita dagli italiani, anche se in leggera flessione rispetto allo scorso anno (75% rispetto al. 77%), seguito dalla montagna (9,7%) e dalle città d'arte (4,7%). Per queste ultime c'è un leggero aumento rispetto al 2020 (+2,5%), ma restano ancora ben lontane dai livelli pre-Covid (9,5% nel 2019).

VIAGGIO E MEZZO DI TRASPORTO – Il 38,8% sceglierà una regione lontana dalla propria abitazione (nel 2020 era il 19,3%), mentre il 36,5% trascorrerà le vacanze nella propria regione di residenza (era il 56,6% nel 2020). **Il 53,7% degli intervistati ha deciso di muoversi in automobile**, mentre il 31,2% torna ad utilizzare l'aereo (11,4% nel 2020).

SPESA MEDIA E GIRO D'AFFARI – La spesa media complessiva (comprensiva di viaggio, vitto, alloggio e divertimenti) stimata per tutto il periodo estivo si attesta sugli **876 euro a persona**. Il giro d'affari complessivo è di **22,7 miliardi di euro** (+58,7% sul 2020). La vacanza principale costerà 833 euro a chi rimane in Italia e 1.425 euro a chi va all'estero. Nel 2019 il giro d'affari era stato di 14,3 miliardi di euro (+58,7% circa).

DISTRIBUZIONE DELLA SPESA – Il 27,5% del budget di chi va in

vacanza è destinato ai pasti (colazioni, pranzi e cene), il 21,4% al pernottamento, il 19,5% alle spese di viaggio, il 15,7% allo shopping e il 15,9% a tutte le altre spese (divertimenti, escursioni e gite).

DOVE DORMIRE – L'albergo rimane la scelta privilegiata con il 25,2% delle preferenze. Seguono la casa di parenti o amici (23%), la casa di proprietà (13,8%), la casa in affitto e il b&b (entrambi all'11,1%).

MESI PIÙ GETTONATI – Solo lo 0,8% degli italiani che hanno effettuato o effettueranno un periodo di ferie durante l'estate 2021 ha scelto giugno per la propria vacanza principale. Luglio è stato scelto dal 14,1%, mentre **agosto si conferma il mese leader con il 68,2% delle preferenze. Settembre, infine, "pesa" per il 14,3%**

SCelta DELLA DESTINAZIONE – Per la scelta della località di villeggiatura gli italiani si lasciano guidare **nel 52,6% dei casi dalla ricerca delle bellezze naturali, nel 29,4% dalla voglia di relax, nel 28,9% dalla facilità di raggiungimento.**

ATTIVITA' IN VACANZA – Vincono **le passeggiate (64,6%), seguite da pranzi e cene al ristorante (58,5%), drink con gli amici (54,7%), serate in compagnia di amici (54,2%), escursioni e gite per conoscere il territorio (33,1%). Da notare che a causa del coronavirus, i vacanzieri rinunceranno alle serate in discoteca o nei locali notturni (29,6%) e ad andare al cinema o a teatro (23,3%). **Il 26,7% non ha comunque intenzione di rinunciare a nessuna attività.****

CHI RESTA A CASA – Il 45,2% della popolazione, pari a 26,8 milioni di persone, non farà vacanze tra giugno e settembre rispetto al 39,5% del 2019. **Si resta a casa principalmente per motivi economici (42%), a seguire i motivi familiari (29,3%) e gli impedimenti di salute (27,9%).**

Estate 2021, le vacanze degli italiani

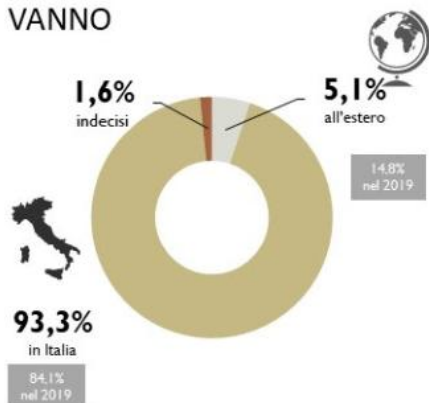
@federalberghi

GLI ITALIANI
IN VIAGGIO
32,5 milioni
da giugno a settembre

- 6,7%

34,6 mln nel 2019

DOVE
VANNO



GIRO
D'AFFARI
22,7 miliardi
di euro

+ 4,1%

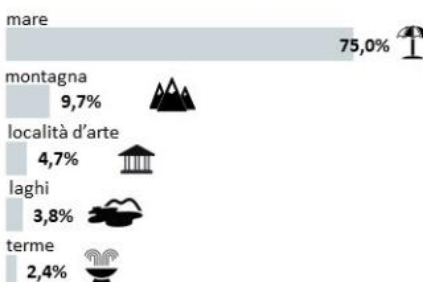
21,8 mld nel 2019

SPESA MEDIA
PRO CAPITE
876 euro

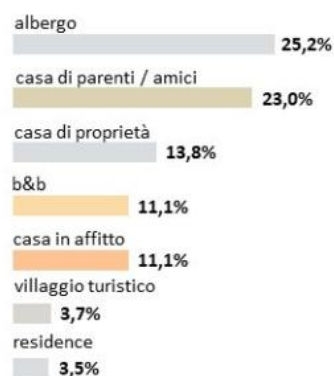
+ 4,7%

837 euro nel 2019

META
PREFERITA



ALLOGGIO
PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da ACS Marketing Solutions dal 14 al 17 luglio con metodologia C.A.T.I. intervistando 1.203 italiani maggiorenni. Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.

FEDERALBERGHI
WWW.FEDERALBERGHI.IT

italyHOTELS
WWW.ITALYHOTELS.IT

Bocca: "Un buon auspicio per il Paese, ma pesa la perdita del fatturato nei primi sei mesi dell'anno"

"Che il movimento turistico degli italiani in questa estate 2021 stia riprendendo quota non può che essere una buona notizia. Questo è un passaggio essenziale che ci dà la misura di quanto sia stata significativa la campagna vaccinale messa in atto dal nostro Governo in modo radicale. Con la percentuale sempre crescente di vaccinati, la paura di nuovi contagi sembra infatti diminuire rispetto allo scorso anno, malgrado il manifestarsi delle nuove varianti": così il **presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca**, per il quale "le ultime norme sul green pass hanno tuttavia generato qualche incertezza che potrebbe ripercuotersi sull'andamento della stagione in corso. A fronte di queste impreviste restrizioni

che prevederebbero il controllo della certificazione verde nei ristoranti interni all'hotel anche per gli alloggiati, si teme che vi possano essere cancellazioni. Ricordiamo che gli albergatori hanno già posto in essere con la clientela contratti di mezza pensione che nessuno vorrebbe assolutamente disattendere”.

Quanto al primato degli alberghi nella scelta del tipo di soggiorno, Bocca rileva che si tratta di “una tendenza che non ci stupisce. Allo stato attuale, infatti, l'albergo è probabilmente il luogo in assoluto più sicuro in merito alle cautele ed alle garanzie contro la diffusione del virus. Applichiamo un protocollo rigorosissimo che tutela sia gli ospiti delle nostre strutture che i collaboratori che lavorano all'interno. Le regole che seguiamo sono molto rigide e chi viaggia sa quanto questo sia prezioso per opporre ogni ostacolo al contagio”.

Confcommercio Lombardia incontra l'assessore Guidesi: “Sostenere il terziario per tornare a crescere”

Confronto costruttivo ieri tra l'assessore allo Sviluppo economico, il presidente Carlo Sangalli e i presidenti delle Confcommercio territoriali lombarde

“La ripresa economica si sta consolidando ma occorre tempo per recuperare il terreno perduto. Le imprese del terziario sono state le più colpite dall'emergenza sanitaria ed è necessario

continuare a sostenere questo settore che rappresenta in Lombardia oltre il 60 per cento del Pil. Puntare, dunque, su accesso al credito – continuando anche a valorizzare il ruolo dei Confidi – semplificazioni, digitalizzazione, sostenibilità e internazionalizzazione per rafforzare commercio, turismo e servizi. Bene, inoltre, le risorse stanziare per il Salone del Mobile e le ulteriori misure che vanno nella direzione di supportare la nascita di nuove imprese, sostenendo imprenditori che, con coraggio e visione, sfidano il momento guardando con fiducia al futuro”. Così il **presidente di Confcommercio Lombardia, Carlo Sangalli**, in occasione dell’incontro di lunedì 26 luglio con l’Assessore allo Sviluppo Economico di Regione, Guido Guidesi, e i Presidenti delle Confcommercio territoriali della Lombardia.

Un’opportunità di confronto che, a poco più di trenta giorni dall’entrata della Regione in zona bianca, ha permesso di delineare il quadro dei primi sei mesi dell’anno dal punto di vista del terziario lombardo e di guardare alle iniziative comuni più urgenti per accompagnare la ripartenza. “Con l’Assessore Guidesi c’è condivisione di obiettivi e strategie per sostenere e facilitare la ripartenza delle migliaia di imprese che rappresentiamo – **ha affermato Sangalli** – Per questo, occorre continuare a garantire l’accesso al credito e la patrimonializzazione, così come gli investimenti sulla transizione digitale e sulle politiche sostenibili, guardando alle risorse che arriveranno dal PNRR. Fondamentale, inoltre, puntare sul comparto del turismo, delle fiere e degli eventi, in vista di appuntamenti importantissimi come le Olimpiadi 2026 e Bergamo e Brescia capitali della Cultura 2023”. “Sarà inoltre essenziale mettere al centro le politiche di rigenerazione urbana, per consolidare da un lato quella rete di territorio nata e cresciuta con i distretti del commercio, dall’altro per contrastare la desertificazione delle città affinché siano sempre più punti di attrattività per l’insediamento di nuove imprese, anche dall’estero”.

Ottimismo delle imprese anche sul fronte dell'occupazione: il sondaggio di Confcommercio Lombardia

L'incontro è stata inoltre l'occasione per tracciare il quadro della ripartenza grazie ai risultati di un sondaggio che Confcommercio Lombardia ha diffuso tra oltre 350 imprese del terziario. Più di un imprenditore su due (51%) si è detto ottimista sulle prospettive della propria attività. Percentuale che sale al 58% tra le imprese della ristorazione, anche a seguito della caduta della maggior parte delle restrizioni.

Segnali confortanti dal punto di vista dell'occupazione: per 8 imprese su 10 il numero dei dipendenti o collaboratori nei prossimi mesi dovrebbe restare stazionario, o aumentare, con picchi di fiducia nei servizi. Le debolezze maggiori in questo caso si riscontrano tra le imprese della ricettività, per il 40% delle quali l'organico potrebbe andare incontro ad una diminuzione, anche alla luce delle incognite sui flussi turistici e per le conseguenti ricadute sull'occupazione stagionale. Per la continuità del proprio business, quasi un'attività di ristorazione su due si è rivolta ad attività di food delivery, e oltre un'impresa del commercio su tre ha attivato un canale di e-commerce. Sul fronte delle eredità post pandemia, se la maggior parte degli imprenditori intervistati manterrà attenzione a sicurezza e prevenzione (63%), l'accelerazione sul digitale è vista come un'opportunità in particolare dal 35% delle imprese under 42, una percentuale più alta della media del totale delle imprese.

“È evidente che le prospettive positive sono legate soprattutto al successo della campagna vaccinale. Si tratta però di segnali che dimostrano la reattività delle nostre imprese decise ad essere protagoniste della ripartenza” ha concluso il presidente Sangalli.

Approvato il bando “Nuova Impresa”

L'incontro è stato anche l'occasione per presentare “Nuova Impresa”, la misura approvata dalla Giunta di Regione Lombardia su proposta dell'assessore Guidesi. Con un contributo di 4 milioni di euro, Regione sostiene l'avvio di nuove imprese lombarde del commercio, terziario, manifatturiero e artigiani e l'autoimprenditorialità quale opportunità di ricollocamento dei soggetti fuoriusciti dal mercato del lavoro. Si procederà attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto sui costi connessi alla creazione delle nuove imprese.

La misura è rivolta a chi vuole aprire una micro piccola media impresa del commercio, terziario, manifatturiero e artigiani dei medesimi settori. L'agevolazione consiste nella concessione di un contributo a fondo perduto fino al 50% della spesa ritenuta ammissibile, che dovrà essere pari ad almeno 5.000 euro, e comunque nel limite massimo di 10.000 euro per impresa. Sono ammissibili esclusivamente le spese sostenute per l'avvio della nuova impresa sostenute e comprendono ad esempio gli oneri notarili per la costituzione dell'impresa, gli onorari per prestazioni e consulenze relative all'avvio, l'acquisto di beni strumentali, macchinari, attrezzature, arredi anche finalizzati alla sicurezza; inoltre rientrano nei costi anche l'acquisto di software e hardware, i canoni di e spese di comunicazione. Sarà riconosciuto il contributo per metà di spese in conto corrente e per metà in conto capitale.

L'apertura dello sportello per la presentazione delle domande è prevista a dicembre così da consentire alle imprese di terminare gli adempimenti amministrativi per l'avvio dell'attività di impresa, nonché per sostenere le spese prima della presentazione della domanda. Potranno attingere al bando tutte le imprese aperte dopo questa delibera. Il termine di conclusione del procedimento di concessione con la relativa

erogazione sarà di 90 giorni a decorrere dalla scadenza per la presentazione delle domande comprensiva della rendicontazione.

“Join the Club”: oltre 100 iscritti all’evento di business networking del Gruppo Libere Professioni

Al Settecento Hotel di Presezzo il 22 luglio l’evento covid free in presenza firmato Ascom: un’occasione di crescita e formazione per i liberi professionisti

Dall’importanza di costruirsi un’identità digitale all’uso intelligente dei social network, dal rapporto di fiducia tra consulente e azienda alle nuove frontiere del marketing emozionale. E ancora: come scegliere il business networking più adatto alla propria attività e come trasformare un sogno imprenditoriale in un’azienda di successo: questi e tanti altri temi sono stati al centro delle 7 room di “Join the Club”, evento organizzato dal Gruppo Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo e andato in scena giovedì 22 luglio al Settecento Hotel di Presezzo.

Alte le adesioni: a “Join the Club”, organizzato nel rispetto delle misure anticovid, si sono iscritti più di cento lavoratori autonomi e liberi professionisti del terziario bergamasco che si sono dati appuntamento per il primo grande evento organizzato in presenza dopo oltre un anno di relazioni virtuali sui social network, ClubHouse in primis. “Nei mesi scorsi – sottolinea Matteo Mongelli, presidente del gruppo

Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo – ci siamo chiesti come fare ad intercettare le necessità del mondo professionale e per questo abbiamo deciso di dare voce alle varie considerazioni emerse nelle “stanze” virtuali trasformandole in un vero e proprio incontro in presenza per dare vita, davanti ad un apericena, a tavoli di confronto che potessero orientare le conoscenze nel segno dell’unione tra liberi professionisti”.

Sotto il claim “Torniamo a creare relazioni e a sviluppare business” Join The Club è stato molto di più di un evento di business networking tra imprenditori, di cui molti under 40: la serata è stata l’occasione per tornare a rivedersi e a scambiarsi idee, progetti e soprattutto competenze per dare valore al lavoro autonomo e gettare le basi della ripartenza delle partite iva bergamasche che stanno tornando a crescere. Nel primo trimestre dell’anno, infatti, il totale delle nuove partite Iva (imprese e liberi professionisti) aperte in provincia di Bergamo è pari a 2.841 (dati Ministero Economia e Finanze), con un picco a gennaio di 1.258: un boom di nuove attività che sigla un +90% rispetto all’ultimo trimestre del 2020 quando le nuove partite Iva erano 1.454.

Vending, calano le imprese e Bergamo è la provincia lombarda che paga più alto il prezzo della crisi

Nel primo trimestre 2021 il saldo è negativo. D’altro canto, la crisi ha accelerato i processi di ricerca di nuove tecnologie

per le vending machine

Tra lockdown e blocchi alla circolazione il Covid non dà tregua nemmeno al vending. Il settore della distribuzione automatica è infatti messo in ginocchio dall'emergenza sanitaria in corso e Bergamo è la provincia lombarda che paga più alto il prezzo della crisi. D'altro canto, la crisi ha accelerato i processi di ricerca e sviluppo che si sono concretizzati nello sviluppo di nuove tecnologie, peraltro "made in Bergamo", come app di pagamento touchless e lampade a raggi UV integrate nel vano bicchieri delle vending machine.

A Bergamo 54 imprese al primo trimestre 2021

Venendo ai dati, da un'elaborazione di Confida (l'Associazione Italiana della Distribuzione Automatica) dei dati del Registro delle Imprese al primo trimestre 2021 emerge che il numero di imprese attive in provincia di Bergamo nel settore della distribuzione automatica (che comprende sia i gestori della distribuzione automatica sia i cosiddetti negozi automatici h24 ma non i fabbricanti di vending machine) è pari a 54, registrando un calo del 15,6% rispetto al medesimo periodo del 2020. La provincia di Bergamo e quella di Lodi (che sigla un -7,7%) sono le due provincie lombarde più colpite dalla prima ondata dell'epidemia da Covid-19 e hanno registrato una diminuzione del numero di imprese del settore molto superiore al dato medio della Lombardia che si attesta sul -1,2%.

"Sono gli effetti a lungo termine della crisi cominciata più di un anno fa e che colpiscono il settore del vending al pari delle forme più tradizionali di vendita e somministrazione – sottolinea **Oscar Fusini, direttore Ascom Bergamo Confcommercio** -. Bergamo, di fatto, è stata la provincia più colpita dal covid e il calo delle imprese del settore è la conseguenza diretta dei vari lockdown dei mesi scorsi, nonché specchio del lento recupero delle abitudini pre-pandemia dei consumatori".

In Italia il settore ha registrato un calo del 30% nel 2020

Se Bergamo soffre anche il resto dell'Italia non sorride. L'emergenza sanitaria, i decreti del Governo e le ordinanze dei governatori locali hanno infatti colpito il settore della distribuzione automatica e, secondo Confida, nel 2020 il calo del fatturato complessivo è stato del 30% rispetto al 2019. A pesare sulle condizioni del settore – che in Italia si compone di 3.000 aziende e circa 30.000 lavoratori (a cui si aggiunge un indotto di altri 12.000) – il forte calo delle consumazioni nei luoghi dove il vending è più forte: uffici, fabbriche, scuole e università dove smart working, cassa integrazione e didattica a distanza hanno contratto i consumi. Nel 2020, secondo dati Confida elaborati da Ipsos, le consumazioni che nel 2019 superavano i 4,8 miliardi sono scese sotto i 3,5 miliardi.

Tutte le principali categorie di consumazione del vending hanno subito un forte calo: rispetto allo stesso periodo del 2019 sono stati venduti il 20,48% in meno di caffè e il 36,98% in meno di bottigliette d'acqua. Consumi quasi dimezzati (-43,38%) per gli snack salati (patatine, taralli, cracker e schiacciatine) – e netta diminuzione delle vendite (-34,18%) anche per quelli dolci come biscotti, brioches e merendine. “Il vending – spiega **Massimo Trapletti, presidente Confida** – ha registrato forti perdite di consumazioni durante le fasi più acute della pandemia a causa dei lockdown, cassa integrazione e smart working che hanno ridotto la popolazione all'interno di uffici, fabbriche, palestre, stazioni e aeroporti insomma in tutti i principali luoghi dove sono installati i distributori automatici. Tuttavia il settore, proprio in queste difficoltà, ha mostrato il valore sociale intrinseco nell'attività della distribuzione automatica: per medici ed infermieri, ad esempio, il distributore automatico ha rappresentato un momento di ristoro e di pausa dai turni massacranti dei reparti Covid. Per quanto riguarda i primi sei

mesi del 2021, il settore ha registrato una sensibile ripresa anche se resta ancora al di sotto dei volumi d'affari pre-Covid".

L'innovazione è targata "made in Bergamo"

In tempi di crisi, il rovescio della medaglia è nella ricerca e sviluppo di nuovi servizi e nuove tecnologie al servizio del vending: la provincia di Bergamo ha infatti un distretto molto importante con realtà che vantano un know how molto avanzato in questo settore come conferma Trapletti: "Si tratta di aziende che hanno vissuto un 2020 difficile con perdite di circa il 30% del volume d'affari. La crisi ha però dettato nuove esigenze stimolando anche lo sviluppo di nuove tecnologie: così sono nate, ad esempio, tecnologie come App di pagamento contactless che consentono l'acquisto senza contatti al distributore automatico o lampade a raggi UV integrate che sanificano il vano di prelievo dei bicchieri. Inoltre, molte di queste sono tecnologie 'made in Bergamo'".

A livello nazionale, infine, si ricorda che l'Italia ha la più ampia rete distributiva alimentare automatica d'Europa. Il nostro Paese è primo in Europa per del numero di vending machine installate (822 mila), seguito da Francia (600 mila), Germania (579 mila) e Gran Bretagna (412 mila). I consumatori in Italia del vending sono oltre 20 milioni.

Tavolo della Moda: l'appello di Confcommercio per

sostenere e rilanciare la filiera del retail

Dal credito d'imposta sulle eccedenze di magazzino alle risorse per l'innovazione fino alla possibilità di restare aperti in caso di nuove zone rosse

Federazione Moda Italia-Confcommercio è intervenuta con il Vice Presidente Marco Cremonini e il Segretario Generale Massimo Torti al Tavolo della Moda presso il ministero dello Sviluppo Economico, convocato dal Viceministro Gilberto Pichetto Fratin alla presenza del Sottosegretario al Ministero della Cultura, Lucia Borgonzoni, che ha evidenziato lo stretto legame strategico che unisce la moda alla cultura e al Made in Italy. Nel suo intervento al Tavolo, il Vice Presidente Marco Cremonini ha stigmatizzato, nell'ambito della discussione parlamentare per la conversione in legge del Decreto Sostegni bis, la scelta di escludere il retail della moda, per assenza di risorse, dal credito d'imposta sulle eccedenze di magazzino, nonostante sia chiaro a tutti che la distribuzione commerciale sia il settore più colpito dalle rimanenze durante la pandemia.

La crisi del settore

Un settore in forte sofferenza per la chiusura forzata per decreti per ben 138 giorni, pari ad una perdita del 35% della propria capacità lavorativa che ha subito una concorrenza notevole dall'online e dai colossi del web che hanno potuto beneficiare di un'importante rendita di posizione. Durante la pandemia il settore ha visto chiudere quasi 9 mila negozi su 115 mila negozi di moda, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori in Italia con 22 mila addetti (passando da 310 mila addetti nel 2019 ai 288.237 di oggi), nonostante avessero investito in presidi sanitari per la prevenzione per far

lavorare i dipendenti e accogliere i clienti in tutta sicurezza. Si stima di perderne al termine della pandemia 20mila punti vendita di moda. Il periodo di chiusura nella moda è andato ad impattare notevolmente sulle politiche di pricing dei negozi che hanno dovuto fare i conti su un prodotto stagionale e sul rischio di invenduto, tutto a carico dei venditori.

Risorse per l'innovazione

Per questo, occorrerebbero risorse ad hoc per l'innovazione nel retail e, soffermandosi sulle possibili nuove restrizioni in caso di aumento dei contagi, il Vice Presidente Cremonini ha sollecitato il Tavolo sulla necessità di un patto della filiera e che i negozi di moda, abbigliamento, calzature e pelletteria rimangano aperti anche in zona rossa, nel rispetto dei protocolli e delle linee guida vigenti come accade per pressoché tutte le altre attività commerciali oppure, in subordine, prevedere aperture su appuntamento come avvenuto in altri Stati europei nei passati lockdown. Infine, Federazione Moda Italia ha lanciato la proposta di rilanciare i consumi con iniziative utili alla filiera come il bonus moda, la riduzione dell'IVA temporanea per prodotti di moda e per estendere alla filiera della moda in tutta Italia che mantiene occupazione i vantaggi della misura già in essere "Decontribuzione sud".

A seguito del Tavolo il Vice Ministro Gilberto Pichetto Fratin ha selezionato una serie di proposte tra quelle pervenute al Tavolo, dando attenzione – tra l'altro – a quanto richiesto da Federazione Moda Italia-Confcommercio in particolare sul tema delle "Misure connesse all'emergenza pandemica", con riguardo alla valutazione dell'estensione del credito d'imposta sulle di magazzino al settore della distribuzione; al "Sostegno e sviluppo della domanda interna e ripresa delle PMI" con l'obiettivo di favorire lo sviluppo della domanda interna e la ripresa delle PMI operanti nel

comparto moda, abbigliamento, calzature, accessori, mediante l'erogazione di contributi finalizzati all'acquisto di abbigliamento, calzature e accessori; ai contributi per l'accesso da parte delle imprese italiane all'e-commerce, indirizzati agli operatori del commercio per sviluppare ovvero consolidare la propria posizione sul mercato nazionale e internazionale attraverso l'accesso a piattaforme e sistemi di e-commerce.



Le richieste di Federmoda

Gli operatori chiedono alle Istituzioni, oltre alla riapertura delle attività in sicurezza, anche l'estensione a tutta la filiera del settore moda (non solo l'industria) del credito d'imposta per contenere gli effetti negativi sulle rimanenze finali di magazzino nel settore tessile, della moda, della calzatura e degli accessori (ex art. 48 bis del DL 34/2020 "Rilancio" e art. 8 DL "Sostegni bis"); sostegno e stimolazione della domanda interna di prodotti di moda si propone l'introduzione di un'aliquota agevolata temporanea del 10% e di detrazioni fiscali dedicate al consumo sulla scia di quanto messo in campo nei settori edilizia ed automobili (ecobonus) e mobile/arredo (bonus mobili); previsione di sgravi sul costo del lavoro, sulla scorta della "Decontribuzione sud" a chi mantiene occupazione lungo tutta la filiera della moda, dalla produzione alla distribuzione commerciale.

[CLICCA QUI PER IL CONTRIBUTO DI FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO AL TAVOLO DELLA MODA](#)

Sul fronte dell'attività parlamentare, infine, si segnala che l'Onorevole Benedetta Fiorini, Segretario della X Commissione Attività produttive, Commercio e Turismo della Camera dei Deputati e l'Onorevole Massimiliano De Toma con gli Onorevoli Zucconi e Caiata hanno rispettivamente presentato un Ordine del Giorno per impegnare il Governo ad estendere il credito d'imposta sulle eccedenze dei magazzini alla distribuzione commerciale.

La Fiera di Bergamo torna protagonista: da settembre a dicembre in programma 8 fiere

Si comincia con la Fiera di Sant'Alessandro dal 3 al 5 settembre. Sannino, presidente Promoberg: "Torniamo ad essere al servizio della città e del territorio"

Torna la Fiera di Bergamo. Finalmente è arrivato il momento di ritrovarsi per restituire alla vocazione originaria gli spazi di via Lunga convertiti in Presidio Medico Ospedaliero Temporaneo dell'Ospedale Papa Giovanni XXIII nel momento più duro della pandemia da Covid-19, e poi in centro vaccinale. La Fiera di Bergamo torna quindi ad essere luogo di incontro tra aziende, professionisti e buyer, e ad offrire importanti opportunità per far conoscere prodotti e servizi al grande pubblico. Ad inaugurare la stagione fieristica sarà la tradizionale Fiera di Sant'Alessandro (3-5 settembre 2021), rassegna regionale di zootecnia, agricoltura, equitazione, selvicoltura, prodotti alimentari tipici, sotto gli auspici del Santo Patrono dei bergamaschi a cui è intitolata.

UNA FIERA RINNOVATA E ANCORA PIÙ VICINA ALLE AZIENDE

La Fiera è volano di sviluppo per la città e il territorio e vuole tornare ad essere competitiva con le principali fiere provinciali, regionali ed internazionali, e crescere in quantità e qualità delle proposte. Promoberg torna pienamente operativa, e lo fa con una nuova forma giuridica. A giugno di quest'anno, infatti, l'Ente ha abbandonato le vesti di associazione per assumere la forma della società a responsabilità limitata. Un cambio di pelle per guardare in prospettiva.

“Desideriamo che Promoberg consolidi il suo ruolo di gestore delle attività fieristiche e rivesta un ruolo ancor più attivo sia nella promozione delle filiere dei settori della produzione, del commercio e dei servizi sia nell’organizzazione di meeting e congressi, che nella gestione del Palcreberg – dichiara **Fabio Sannino, presidente Ente Fiera Promoberg** -. La trasformazione è un passaggio importante per la modernizzazione di Promoberg: operare come società di capitali non potrà che renderne ancor più ordinata e trasparente la gestione”.

Per migliorare la fruibilità della Fiera per pubblico ed espositori sono stati deliberati importanti investimenti per il rifacimento delle linee dati e della rete Wi-Fi, la digitalizzazione del Centro Congressi e l’automazione del parcheggio, che verranno realizzati progressivamente nel corso del prossimo autunno. Per sostenere la ripresa e rendere l’attività fieristica ancora più attrattiva per le aziende, Promoberg ha stipulato una convenzione bancaria per consentire agli espositori di finanziare il costo dello stand in 12 mesi a tasso zero. Grazie alla collaborazione con BCC Lease del sistema delle BCC Italiane, è possibile finanziare la partecipazione in fiera senza interessi, versando subito la sola quota d’iscrizione di 300 euro (+ iva) e restituendo il resto in 12 rate mensili, a partire dal mese in cui si effettua la manifestazione.



UNA FIERA PIU' SICURA E DIGITALE

La Fiera torna più forte, più connessa e più digitalizzata di prima, innovando l'organizzazione e la comunicazione con il pubblico. La tutela della sicurezza è il fulcro dell'impegno di Promoberg per garantire piena tranquillità ad espositori e visitatori. In occasione di tutte le manifestazioni saranno osservate le norme anti Covid-19 e adottate le misure più opportune di salvaguardia della salute. Per rispettare gli obblighi di tracciamento e ridurre gli assembramenti sin dalla biglietteria, per accedere in Fiera – sia per le manifestazioni fieristiche, che per gli eventi gratuiti o a pagamento – sarà sempre necessaria la registrazione sul sito bergamofiera.it.

Il visitatore dovrà fornire i propri dati personali (nome, cognome, numero di telefono, indirizzo di posta elettronica) e indicare lo slot temporale di preferenza per la visita in Fiera (mattina, pomeriggio, sera a seconda del programma delle singole manifestazioni). Il biglietto d'ingresso digitale sarà

emesso e inviato all'indirizzo di posta elettronica indicato dall'utente in fase di registrazione. Per accedere in Fiera basterà mostrarlo anche direttamente dallo smartphone. I biglietti d'ingresso online sono proposti ad una tariffa agevolata rispetto al costo previsto alla biglietteria in Fiera (1 euro in meno).

Per semplificare ulteriormente la procedura online, e renderla accessibile a tutti, è stato attivato un Numero Verde (800 599444) che, oltre ad effettuare la prenotazione e consentire l'acquisto del biglietto (dove previsto), fornirà informazioni in tempo reale su orari di visita, accessi e parcheggi. Chi non dispone di mezzi informatici, dunque, potrà prenotare telefonicamente il biglietto e ritirarlo alla biglietteria della Fiera. Il Numero Verde sarà contattabile tutti i giorni dalle 8.30 alle 18.

Si accederà ai padiglioni della Fiera passando attraverso termoscanner per il monitoraggio della temperatura corporea (vietato l'ingresso con una temperatura corporea superiore ai 37,5°) e tornelli contapersone garantiranno il rispetto del numero massimo consentito di visitatori in ciascun ambiente. La capienza massima di visitatori ammessi in contemporanea in Fiera è di 5.000 presenze. La mascherina sarà obbligatoria per tutti i visitatori. Il distanziamento tra le persone sarà costantemente monitorato da personale dedicato (steward), così come sarà assicurato il corretto spazio tra i tavoli presso i punti ristoro. Gli ambienti e le aree espositive saranno sanificati ogni giorno, ampliate le corsie e gli spazi espositivi, garantito il ricambio continuo d'aria e, per tutta la fiera, saranno a disposizione colonnine di gel igienizzante.

“La nostra priorità oggi – continua Fabio Sannino – è quella di garantire un'esperienza in piena sicurezza per tutti i visitatori e per tutti gli espositori e stiamo lavorando alacremente per questo. Non abbiamo dubbi che l'esperienza in Fiera manterrà la piacevolezza che ha sempre avuto. Il nostro

pubblico ha già dato prova in molte occasioni di essere disciplinato e attento quando si tratta di rispettare le regole per la tutela della salute di tutti”.

LA VOCAZIONE INTERNAZIONALE

Il calendario delle manifestazioni 2021/2022 è ricco di eventi che possono attrarre una platea di espositori e visitatori composita, che si muove entro i confini regionali fino a superare quelli nazionali. Alle due fiere già qualificate come internazionali (AgriTravel e Slow Travel Expo – Fiera dei Territori e IVS Industrial Valve Summit), se ne aggiungerà dal 2022 una terza, Creattiva Fiera delle Arti manuali. Inoltre, nel corso del 2022 sarà richiesta la qualifica di fiera internazionale anche per B2Cheese, Fiera lattiero-casearia per operatori del settore, che alla prima edizione del 2019 ha conquistato 501 buyer, 2.500 visitatori e 105 espositori.

“La Fiera di Bergamo – dichiara Fabio Sannino – ha una collocazione geografica e territoriale particolarmente favorevole, che la mette in condizione di attrarre eventi ben oltre i confini regionali, anche grazie al felice posizionamento al centro di un territorio tra i più industrializzati e popolati d’Italia, strategico dal punto di vista logistico, prossimo all’Aeroporto di Orio al Serio, terzo scalo italiano per numero di passeggeri. Vogliamo che la Fiera colga ogni opportunità per amplificare la sua sinergia con questo territorio e porti sviluppo a Bergamo e alla regione”.

A SETTEMBRE LA FIERA DI SANT’ALESSANDRO E AGRITRAVEL EXPO



La Fiera di Bergamo riparte anche impreziosendo il calendario di manifestazioni note e amate da pubblico ed espositori. Molti gli eventi collaterali che arricchiranno le proposte consuete. Si parte con la Fiera di Sant'Alessandro, in programma dal 3 al 5 settembre 2021. Ad accendere i riflettori sull'agricoltura, cuore della kermesse dedicata al Santo Patrono dei bergamaschi, il Convegno nazionale promosso da Coldiretti dal titolo: "Il Paese riparte dall'agricoltura. Dal territorio al cibo, scenari di futuro". L'allarme globale provocato dal Covid-19 ha fatto emergere una maggior consapevolezza sul valore strategico rappresentato dal cibo e dalle necessarie garanzie di qualità e sicurezza. Il Convegno si propone di analizzare come si stanno muovendo la politica e il settore agricolo per affrontare le importanti sfide del futuro. Tra queste, come debellare il "virus della fame" che ancora oggi colpisce milioni di persone, e come creare le opportunità per far crescere il nostro Paese.

La Fiera di Sant'Alessandro sarà inaugurata al termine del Convegno, venerdì 3 settembre alle 12.30 alla presenza delle

autorità. Per il pubblico è confermato l'ingresso gratuito per l'intera giornata del venerdì. Orari di apertura: venerdì dalle 14.30 alle 22.30. Sabato 9-22.30; domenica 9-19. Ingresso sabato e domenica: 7 euro (intero), 6 euro (intero, online); ridotto 5 euro (12-16 anni e over 65 anni), 4 euro (ridotto, online).

Si prosegue con un ricco programma di eventi ed esperienze da vivere in prima persona con AgriTravel e Slow Travel Expo – Fiera dei Territori (dal 17 al 19 settembre in presenza per il pubblico, dal 27 al 29 settembre online per gli operatori); manifestazione fieristica con qualifica internazionale che punta a valorizzare il turismo di prossimità, l'accessibilità e la dimensione esperienziale. In Fiera sarà allestito uno speciale villaggio della montagna dove tutti potranno cimentarsi con attività ludiche e sportive, pensate per la curiosità ed il divertimento di adulti e bambini, con l'assistenza e la cura di tecnici e sportivi d'eccezione. Sempre in AgriTravel Expo – La Fiera dei Territori, nella sessione dedicata agli operatori, saranno riproposte le sessioni di scambio B2B online, con una folta partecipazione di buyer e seller nazionali ed internazionali che già oggi sta registrando grande interesse.

In contemporanea ad AgriTravel Expo– La Fiera dei Territori, dal 10 al 19 settembre avrà luogo per la prima volta in Fiera, nell'area esterna, Lo Spirito del Pianeta, Festival internazionale dei Gruppi tribali e indigeni del mondo, un'occasione di festa pensata per il pubblico degli appassionati e delle famiglie con un format speciale, per vivere e promuovere i valori della conoscenza dell'altro e dell'inclusività.

DA CREATTIVA ALLA CAMPIONARIA FINO AL SALONE DEL MOBILE



Per la prima volta dalla sua nascita nel 2008, Creattiva Fiera delle Arti manuali, format di grande successo ideato da Promoberg, che sin dalla prima edizione ha fatto registrare un grandissimo successo di pubblico, il prossimo novembre sbarcherà a Roma (19-21 novembre). La manifestazione, che già conosce l'edizione di Napoli, partirà alla conquista della Capitale ospitata in zona centrale presso la bellissima struttura di Ragusa Off, ex deposito tramviario recentemente restaurato e riportato al suo antico fascino. Presso Brixia Forum in Brescia tornerà l'esperienza di Creattiva Brescia, che nell'ottobre 2020, nella breve finestra libera da restrizioni, ha ricevuto un ottimo riscontro di pubblico.

Gli eventi fieristici Promoberg per il 2021 si concluderanno con la Fiera Campionaria (dal 28 ottobre al 1° novembre) e il Salone del mobile di Bergamo (dal 13 al 15 novembre e dal 19 al 21 novembre) con eventi ed opportunità dedicate agli Ecobonus, alle ristrutturazioni, alla domotica ed al design.

Nell'ultimo mese dell'anno, la Fiera di Bergamo aprirà le

porte ai giovani e alla loro creatività. A dicembre, i padiglioni di via Lunga ospiteranno Visionary Bergamo, declinazione locale di Visionary Days, l'evento-maratona di brainstorming collettivo dedicato agli under 35, che si svolgerà in Italia tra novembre e dicembre coinvolgendo centinaia di giovani per progettare e pensare un futuro nuovo per le città e per il paese. A Bergamo coinvolgerà oltre 500 giovani sul tema della velocità. L'evento è in collaborazione con Comune di Bergamo, Bergamo Smart City & Community, Confindustria Bergamo, Kilometro Rosso, Bergamo Sviluppo, Università degli studi di Bergamo, Ufficio scolastico provinciale, GAMEC e Pigna.

SANNINO: “LA FIERA COME LUOGO DI SCAMBIO DI IDEE, CONDIVISIONE E INNOVAZIONE”

“La Fiera – conclude Fabio Sannino – è uno spazio di vita, di incontro tra le persone. È un luogo di scambio di idee, di condivisione, di progresso e innovazione. Dopo la lunga pausa resa necessaria dall'emergenza sanitaria, vogliamo che espositori e pubblico si riappropriino di questi spazi e partecipino alle manifestazioni in totale serenità per condividere le loro passioni ed interessi. La Fiera è per antonomasia il luogo dello sviluppo delle relazioni d'affari e degli scambi commerciali per gli operatori economici, ed è per questo motivo che la sua ripartenza riveste oggi un ruolo concreto e simbolico allo stesso tempo, per esprimere la voglia e l'energia della ripartenza di tutta l'economia del territorio.

Il ritorno alla “normalità”, per Promoberg, va di pari passo con la voglia e la necessità di pensare al futuro, e per questo motivo, con il prezioso aiuto delle associazioni socie e delle nostre Istituzioni, continuiamo a pensare e progettare eventi che possano incontrare o anticipare l'evoluzione dei mercati delle idee, dei prodotti e dei servizi. Il nostro compito è oggi, più che mai, quello di piantare il seme di una

ripartenza che, affondando le radici nelle tradizioni e nei valori della nostra comunità, rinnovi le basi per un nuovo e duraturo sviluppo dell'attività fieristica in Bergamo. Concludo con un sincero ringraziamento alla Camera di Commercio di Bergamo per il suo costante supporto, a Regione Lombardia che sta investendo importanti risorse economiche per promuovere la ripartenza del sistema fieristico regionale e, infine ma non per ultimo, a Intesa Sanpaolo e Banco BPM che hanno rinnovato la loro fiducia a Promoberg e alla Fiera di Bergamo”.

Criminalità e usura spaventano il terziario bergamasco: l'importanza di fare rete tra enti e sul territorio

Presentata la ricerca nell'ambito dell'Osservatorio per la Legalità del Comune di Bergamo. Zambonelli, presidente Ascom: “Pronti a collaborare con l'amministrazione e le autorità “

In tempi di crisi la preoccupazione per la trappola dell'usura è alta. Ed è sopra il dato nazionale. È quanto emerge dalla ricerca “Crisi di liquidità, usura e infiltrazioni mafiose nel terziario bergamasco” promossa da Ascom Confcommercio Bergamo e commissionata all'agenzia Format Research nell'ambito dell'Osservatorio sulle imprese del terziario e presentata dall'Osservatorio per la Legalità del Comune di Bergamo. Nato nel 2018, l'Osservatorio per la

Legalità ha l'obiettivo di sostenere sia la lotta alla corruzione e alla criminalità, sia la diffusione della cultura della legalità attraverso un'attività conoscitiva, consultiva e di proposta in collaborazione con Prefettura, enti e istituzioni del territorio.

Prestito ad usura

Venendo alla ricerca, effettuata su un campione di 700 intervistati e presentata dal presidente Format Research, Pierluigi Ascani, circa sei operatori su dieci sono infatti preoccupati del fenomeno dell'usura in questo gravissimo momento di crisi economica: sono il 59,1% contro il 58,7% del dato nazionale. Il 16% è preoccupato per il fenomeno dell'usura nella zona dove opera con la sua impresa, (il 17,7% a livello nazionale).

Oltre il 70% delle imprese di Bergamo (esclusivamente gli esercizi del commercio al dettaglio non alimentare e i pubblici esercizi) ritengono che il fenomeno del «prestito ad usura» debba essere «molto o abbastanza temuto». Il dato è leggermente superiore rispetto alla media Italia (68%) e addirittura un terzo delle imprese bergamasche lo reputa molto temuto (dato più alto di quello nazionale che si attesta al 31%).

Su quali siano le principali fonti di informazione sul fenomeno, gli imprenditori bergamaschi dichiarano percentuali più basse rispetto ai dati nazionali: stampa 6,4% contro il 7%, social 6,4% contro il 6,9% e racconto diretto 5,7% contro il 6,6%. Secondo il 67,7% circa degli imprenditori di Bergamo, quando si resta vittima dell'usura bisognerebbe denunciare subito alle Forze dell'Ordine, alla Magistratura. Il dato di Bergamo è superiore + 2,7% rispetto al dato nazionale.

Infiltrazioni mafiose nell'economia

Oltre il 64% delle imprese di Bergamo ritiene che il fenomeno della «malavita che cerca di impadronirsi delle aziende» debba

essere «molto o abbastanza temuto». Il dato è in linea con quello nazionale. Gli imprenditori leggono principalmente sulla stampa 7,7% (+1,2% rispetto al dato nazionale) dei tentativi della malavita di impadronirsi delle imprese. Il 6,4% ne ha sentito parlare attraverso il passaparola, meno rispetto ad altre zone d'Italia.

A fronte di questa consapevolezza, però, solo l'11,3% degli imprenditori di Bergamo sono preoccupati dei tentativi della malavita di impadronirsi delle imprese nella zona dove lavorano, o comunque nel proprio quartiere. Il reale pericolo percepito dalle imprese di Bergamo (57,6%) è inoltre più basso rispetto alla media nazionale 62%.

Secondo il 64,3% degli imprenditori bisogna denunciare subito alle Forze dell'Ordine e alla Magistratura i tentativi della malavita di impadronirsi della propria impresa. Il dato è in linea con quello nazionale (63,0%) e con un 3,4% in meno rispetto alla risposta all'usura.



Fare rete insieme

“Quello dell’usura è un fenomeno pericoloso e strisciante anche nella nostra provincia – afferma **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** -. E il rischio è che il fenomeno possa esplodere dopo la moratoria dei prestiti alle imprese. Per questo, come associazione di categoria, siamo pronti a collaborare con il Comune, le autorità e gli enti preposti per tutelare i nostri associati”.

Appello raccolto dal **sindaco di Bergamo, Giorgio Gori**: “I

pubblici esercizi sono tra le categorie più esposte agli effetti della crisi, alle prese con bilanci in rosso e con ristori spesso inadeguati – conferma il Primo cittadino -. In questo scenario le associazioni di categoria rivestono un ruolo importante e devono essere le prime a intercettare i problemi degli esercenti. E noi come Comune di Bergamo siamo al loro fianco”.

L'Osservatorio per la Legalità del Comune di Bergamo

“La ricerca promossa e presentata ad Ascom – dichiara **Marzia Marchesi, presidente dell'Osservatorio per la Legalità del Comune di Bergamo** – tra i tanti spunti di riflessione che offre, sottolinea proprio l'importanza di fare rete, di condividere informazioni e definire strategie comuni in grado di arginare un fenomeno, quello delle infiltrazioni mafiose, che sembra essere lontano da contesti produttivi come il nostro ma che invece, come ben sappiamo, è presente e spesso sottovalutato nella sua entità. Obiettivo del Comune è infatti quello di promuovere, con tutte le istituzioni coinvolte, uno sportello antiusura di contrasto ai fenomeni di infiltrazione della criminalità organizzata capace di rappresentare un punto di riferimento per chi intende intraprendere un percorso di emancipazione da questa drammatica situazione”.

Il terziario è oggi più vulnerabile

“La scarsa fiducia nella ripresa e il bisogno di liquidità rendono vulnerabile il nostro sistema come non lo è mai stato in precedenza – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Concommercio Bergamo** -. Non è un caso, infatti, che il sentimento e il sentore degli intervistati sia di forte preoccupazione ed è questo il momento di massima allerta perché nei prossimi mesi, con il termine delle moratorie nei pagamenti, la situazione potrebbe degenerare. Occorre, quindi, pensare ad azioni strutturali a sostegno delle imprese”.

Durante la presentazione della ricerca sono intervenuti anche **Francesco Breviario, presidente Libera Bergamo**, e **Maria Paola Esposito, segretario generale della Camera di Commercio di Bergamo** che hanno confermato il loro impegno a partecipare alla rete e alle azioni messe in campo dall'Osservatorio per la Legalità del Comune di Bergamo.

Discoteche e locali da ballo ancora in stand by: il settore alza la voce e chiede una data certa per riaprire

Le sigle di rappresentanza del settore dell'intrattenimento chiedono al governo un provvedimento di riapertura e risarcimenti a copertura dei 18 mesi di chiusura forzata

Non si ferma la "battaglia" dei rappresentanti del settore delle discoteche e dei locali da ballo che continuano a chiedere al governo un provvedimento di riapertura dei locali e risarcimenti per il danno subito a copertura dei 18 mesi di chiusura forzata delle aziende. Tutte le sigle più rappresentative del mondo dell'intrattenimento hanno messo a punto un documento con una serie di richieste per il presidente del Consiglio Mario Draghi al termine di un incontro straordinario al quale hanno partecipato Silb-Fipe-Confcommercio, Assointrattenimento-Confindustria, Fiepet-Confesercenti-Settore Intrattenimento oltre che la maggioranza delle sigle dell'indotto tra le quali Aiss-Sicurezza Sussidiaria, Sils e A.dj.

“Il 25 giugno – si legge nella nota comune – il Comitato Tecnico Scientifico ha dettato la linea per riaprire le discoteche e locali da ballo. Sono passati 20 giorni e ancora tutto tace. Nel frattempo in ogni città d’Italia milioni di ragazzi ballano e festeggiano nelle piazze e in luoghi abusivi, senza controlli, né protocolli di sicurezza sanitaria. Le discoteche e i locali da ballo, contrariamente, possono essere dei presidi di sicurezza garantendo l’accesso con il green pass. Tutto questo è inaccettabile: abbiamo bisogno di una data certa per ripartire con la nostra attività e ne abbiamo bisogno subito”.

“Un tavolo – spiegano Maurizio Pasca, Luciano Zanchi, Filippo Grassi, Franco Cecconi – presidenti delle rispettive associazioni di categoria – che rimarrà in seduta permanente fino a quando il governo non ci darà le risposte che attendiamo ormai da mesi. In questi mesi di pandemia, pur essendo costretti per legge a rimanere chiusi, non abbiamo visto un sostegno adeguato da parte del governo e questo è molto grave. Alla luce di questo quadro abbiamo preparato alcune richieste che intendiamo sottoporre al presidente del Consiglio, Mario Draghi”.

Le priorità per il settore

Cinque le priorità per il settore, oltre alla data certa di riapertura delle attività: l’adozione immediata di un provvedimento di riapertura dei locali, sulla base delle indicazioni fornite il 25 giugno scorso dal Comitato Tecnico Scientifico; il risarcimento per il danno subito a copertura dei 18 mesi di chiusura forzata delle nostre aziende, che non possono certamente essere considerate alla stregua di altre attività commerciali; il contrasto serio e puntuale da parte delle forze dell’ordine e degli organi di controllo a ogni forma di abusivismo e al proliferare di feste e spettacoli organizzati in completa assenza di autorizzazioni amministrative, Inoltre la riduzione al 4% dell’iva applicata

ai locali da ballo; l'abolizione dell'imposta sugli intrattenimenti (Isi) già giudicata contraria alle direttive europee da più tribunali amministrativi.

"Non chiediamo la luna – concludono i presidenti – queste sono richieste di puro buonsenso, che derivano dalla disperazione di migliaia di imprenditori e decine di migliaia di lavoratori ormai allo stremo. In ogni caso dal prossimo sabato le discoteche riapriranno, in piena sicurezza, come Live-Club, Lounge-Bar e Ristoranti così come previsto dall'Art. 5 del D.L. 52 del 22 aprile 2021. Inoltre, le Associazioni di categoria consapevoli del loro ruolo sociale, si rendono disponibili a promuovere una campagna di sensibilizzazione vaccinale rivolta ai giovani e alla popolazione".

Se non è in albergo, non è una vera vacanza: a pensarlo è 1 italiano su 10

È quanto emerge dall'indagine di Federalberghi, in collaborazione con Cfmt, che analizza il legame tra gli italiani e il mondo dell'hotellerie

Se non è in albergo, non è una vera vacanza: lo pensa l'88,8% degli Italiani, che scelgono il soggiorno in hotel piuttosto che negli affitti brevi in case private. È questo il dato, rilevato da Sociometrica, che ha dato origine al concept strategico della campagna di comunicazione realizzata da The Washing Machine per Federalberghi, con la collaborazione di

Cfmt (Centro di Formazione Management del Terziario). L'idea creativa, realizzata su incarico della Federalberghi all'agenzia The Washing Machine Italia, di Alessandra Furfaro e Mimmo Di Lorenzo, si articola in più soggetti che raccontano la varietà dell'offerta dell'hotel e il carattere multidimensionale dei suoi servizi. L'albergo è il luogo in cui rilassarsi è l'unico dovere; dove c'è da aspettarsi solo belle sorprese; dove il menù non delude mai; dove la sicurezza e la pulizia sono garantite da uno staff di professionisti.

Gli alberghi come specchio della storia di ciascuno di noi

Dalla ricerca è emerso un elemento interessante, cioè che gli alberghi vengono percepiti come parte della storia degli italiani, hanno costituito sempre il mondo della scoperta. Secondo l'indagine, realizzata mediante un campione rappresentativo di italiani, si indica, ad esempio, che il 70,9 % della popolazione ha un ricordo forte degli alberghi e cerca di tornare dove è già stato e il 37,8% torna spesso in alberghi dove ha vissuto qualche vacanza da bambino.

Lo studio si colloca in un contesto molto particolare: a poca distanza dalla fase più nefasta della pandemia, nel momento in cui le restrizioni vanno allentandosi e ci si affaccia alla stagione estiva con un impulso molto forte per la ripresa. Questo anche a fronte di una campagna vaccinale che sta dando maggior sicurezza agli italiani che intendono programmare una vacanza, principalmente nel proprio Paese. Il turismo sta ripartendo, le prenotazioni sono in crescita e vi sono tutti i presupposti per immaginare una stagione positiva, salvo ancora qualche difficoltà sul piano del movimento turistico internazionale e per le grandi città d'arte. Infine, l'albergo è un luogo di emozioni e di ricordi: quelli dei soggiorni passati, dell'infanzia, dei viaggi in famiglia, e quelli ancora da vivere e da costruire. Il target è coinvolto dalla combinazione di immagini e parole in un'atmosfera suggestiva, sospesa, esclusiva, utile a trasmettere un messaggio ben

preciso: in albergo, la vacanza è differente.



La fiducia nella qualità dei servizi

L'indagine evidenzia che il 34,4% degli italiani ha sempre qualche storia da raccontare rispetto agli alberghi e il 28,2% dice che pernottare in un albergo riserva sempre qualcosa di speciale. Tale intensità di sentimenti degli Italiani verso gli alberghi si collega anche alla fiducia rispetto alla qualità dei loro servizi e al senso di sicurezza che danno. Soprattutto in un periodo di coda lunga nell'uscita dalla pandemia, gli Italiani apprezzano la pulizia degli alberghi (55,4%), l'attenzione con cui si prendono cura dei loro clienti (22,8%) e il senso generale di sicurezza che diffondono (17,2%).

È per queste ragioni che l'88,8% degli Italiani preferisce il soggiorno in albergo piuttosto che negli affitti brevi di case

private. Trovano che gli alberghi siano meglio custoditi e che possano giovare di tanti addetti che si preoccupano degli aspetti igienici e sanitari. Inoltre, si rivela essenziale per il 55,0% degli intervistati, la circostanza che durante il soggiorno in albergo si è serviti: non si è sostanzialmente costretti a dedicarsi ai lavori domestici. Ciò crea un vantaggio notevolissimo, di cui ognuno cerca di avvalersi. Per gli Italiani la vera vacanza va vissuta in albergo. L'albergo allo stesso tempo nutre il sogno, perché per molte persone la vita in hotel rappresenta la vita ideale (lo pensa il 31,7% degli Italiani); ci si sente liberi di perseguire ciò che si vuole maggiormente (28,1%) e si presenta come un mondo pieno di possibilità, perché in albergo si possono trovare persone interessanti, persone con cui condividere lo stesso stile di vita e le stesse ambizioni (37,9%).

Ancora, l'albergo fa parte del vissuto degli Italiani in maniera molto intensa e radicata, tanto che il 48,3% non si pone neppure la domanda su dove andare a dormire, perché per loro l'albergo è la scelta più ovvia, automatica, convinta e va oltre ogni discussione. Gli Italiani amano gli hotel perché fanno parte del loro stile di vita: ci sono sempre stati e sempre ci saranno. In qualche modo compendiano la storia italiana, tanto che molti eventi importanti sono accaduti negli alberghi e molti luoghi sono famosi proprio perché hanno alberghi famosi. Secondo la ricerca l'albergo condensa e rappresenta al massimo livello lo stile italiano dell'ospitalità.

Cashback addio: niente

operazione per il secondo semestre dell'anno

L'iniziativa sospesa da oggi. Per Confcommercio è un'occasione per riflettere sulle criticità e per puntare sull'abbattimento di costi e commissioni sugli strumenti di moneta elettronica

Cashback addio. Dopo aver "spaccato" la maggioranza (nell'aprile scorso su una mozione presentata da Fratelli d'Italia in Senato che ne chiedeva la sospensione Forza Italia, Lega e Iv si erano astenuti), il cashback ([vedi l'approfondimento realizzato da Confcommercio](#)) continua ad agitare le acque del governo Draghi. Nonostante la forte opposizione del M5S, l'operazione sarà infatti sospesa il 30 giugno, con il pagamento delle somme accumulate con i pagamenti delle carte di debito e credito e con il 'superpremio' da 1.500 euro ai maggiori utilizzatori. Verrà quindi cancellata l'operazione prevista per il secondo semestre dell'anno.

Per Confcommercio si tratta di un'occasione per riflettere sulle criticità e per puntare sull'abbattimento di costi e commissioni sugli strumenti di moneta elettronica: "Adesso occorre che si apra una riflessione approfondita sulle criticità fin qui segnalate, a partire dalle considerazioni della Banca centrale europea sulla necessità di un approccio neutrale nei confronti dei vari mezzi di pagamento disponibili fino alle considerazioni circa i possibili effetti sperequativi tra i redditi e l'effettivo impulso ai consumi" commenta di Confcommercio che ribadisce che "l'impulso alla diffusione della moneta elettronica andrebbe anzitutto perseguito abbattendo costi e commissioni a carico di consumatori ed esercenti, in particolare per la fascia dei

micropagamenti”.

Cosa è il cashback

Il cashback prevede un rimborso del 10% sulle spese effettuate con bancomat, bonifici bancari, carte di credito o debito. Ma non solo, perché il rimborso sarà garantito anche per i pagamenti digitali fatti con le app del proprio smartphone: Satispay, Apple Pay o Samsung Pay, Paypal. L'idea è di rimborsare, con ristorno finanziario, il 10% della spesa effettuata. Il massimale di spesa è di 3.000 euro, che viene suddiviso in due rate da 1.500 euro a semestre. Inoltre il cashback è valido solamente se si effettuano un numero minimo di 50 pagamenti digitali a semestre.

Riassumendo, se si arrivasse a spendere 3.000 euro in 12 mesi, si potrebbe ricevere un bonus annuale di 300 euro (150 euro a semestre). E dunque il 10% della soglia minima consentita di 3.000. L'esecuzione di 50 transazioni minime a semestre esplicita la volontà del Governo di favorire l'uso dei pagamenti digitali anche per i piccoli acquisti, come ad esempio un semplice caffè al bar.

Come funziona

Premesso che il cashback (anche detto **bonus bancomat da 300 euro**) è un rimborso economico e l'adesione al Programma da parte dei consumatori è volontaria, può accedervi solo chi, nell'arco di un anno, effettua una spesa minima di 3.000 euro con almeno 50 pagamenti a semestre eseguiti con strumenti digitali. Per pagamenti digitali s'intendono, tra l'altro, i pagamenti effettuati con app del proprio smartphone (Satispay, Apple Pay o Samsung Pay); bancomat; carte di credito; carte di debito; carte prepagate.