

Casse e vetrine diventano intelligenti E con il cliente parla anche il robot



Intelligenza artificiale, domotica, robot come assistenti digitali, casse e vetrine intelligenti e sensori per profilare il cliente. Il punto di vendita fisico si evolve e la tecnologia diventa alla portata anche delle piccole imprese,

oltre a consentire un notevole risparmio di tempo e denaro e ad aiutare ad incrementare il proprio business. Il convegno Ascom sul retail 4.0, "Come sviluppare il tuo negozio. Le nuove opportunità per migliorare, innovare e raccontare la tua attività", svoltosi oggi, 18 novembre, ha presentato alcuni strumenti concreti per trasformare i punti vendita, anche con piccoli investimenti. Dopo i saluti di benvenuto del direttore Ascom Confcommercio Bergamo **Oscar Fusini** e l'introduzione sui nuovi trend del Retail 4.0 di **Massimiliano Mandarini**, architetto e innovation manager, **Francesco Rossi** di Schneider Electric e **Pietro Boselli** di Modus Tecnologie si sono concentrati sull'efficienza operativa e il risparmio energetico: "La nostra piattaforma per i punti vendita consente di gestire e aggregare dati diversi, dalla refrigerazione di celle e banchi frigo al comfort ambientale, all'illuminazione delle vetrine. Ogni voce di spesa è sotto controllo anche tramite App dal telefonino, con un risparmio del 30% sulla bolletta".

Anche la tecnologia usata dai colossi della distribuzione per profilare e fidelizzare i clienti, diventa accessibile a tutti, dai costi, alla gestione direttamente da smartphone: "La App su misura delle piccole imprese consente di aumentare

le vendite, oltre a conoscere meglio le abitudini della clientela per creare promozioni personalizzate e liste clienti per campagne social” ha spiegato **Luca Ferrando** di Vodafone. Anche il wi-fi da servizio alla clientela diventa occasione per promuovere la propria attività: “Grazie a Social connect si possono dare informazioni e messaggi di benvenuto alla clientela che accede alla rete offerta dal negozio e grazie all’accesso tramite mail o facebook si possono indirizzare promozioni specifiche”.

Robot e assistenti digitali(chatbot) non sono più fantascienza per le attività tradizionali e i piccoli negozi: “I vantaggi sono enormi: si può contare tutti i giorni, senza orari, su un aiuto multilingua, pronto a chattare con la clientela, permettendo al personale di dedicarsi ad attività di maggior valore” ha sottolineato **Alessandro Galanti** di Teorema. I dati più recenti evidenziano, oltre ad una crescita a doppia cifra del mercato di chatbot- che segna +24%- una elevata propensione della clientela a “chattare” con robot: “Lo scorso anno il 38% degli utenti web ha contattato aziende attraverso chat e il 12% attraverso chatbot- continua Galanti-. Ma soprattutto: il 56% delle persone preferisce mandare messaggi piuttosto che chiamare e, ancora, il 53% propende per acquisti da compagnie ed aziende che hanno una chat”.

Anche la cassa del negozio e le vetrine diventano intelligenti e portano anche le piccole attività nel digitale: “Il sistema Bot-Boutique Original Tech collega con immediatezza all’online. Basta passare un articolo in cassa e lo si può vendere su market-place con tanto di recensione multilingua, foto, e organizzazione della logistica- ha illustrato **Nicola Clauser** di Seac-. E le vetrine intelligenti, dotate di schermo, aiutano a vendere: grazie al software di riconoscimento facciale, si ha una profilazione dell’utente e la proposta si adegua in base a chi si ferma davanti al negozio“. L’idea di creare casse intelligenti nasce dagli obblighi di fatturazione e corrispettivi telematici: “Sull’esigenza di ottemperare ai

nuovi obblighi e sostituire i registratori di cassa, abbiamo pensato di costruire una nuova occasione di aumentare il fatturato per le imprese, creando la possibilità di fare e-commerce senza eccessivi sforzi- continua Clauser-. Gli articoli caricati a magazzino possono essere messi in vendita in Russia, per esempio, passando l'articolo in cassa. E anche la logistica è semplice: per ogni articolo il commerciante si vedrà recapitare dal corriere per ritiro e spedizione la scatola idonea e perfino l'etichetta con il destinatario".

Per migliorare il comfort del negozio ed incrementare il fatturato a volte bastano piccoli accorgimenti: "La musica crea atmosfera e può far crescere le vendite anche del 9% - ha evidenziato **Pietro Tonussi** di Axis Communications-. Anche sensori, fragranze e luci giocano la loro parte, ma una musica inappropriata porta anche ad uscire dal negozio". L'e-commerce sta cambiando le abitudini d'acquisto, ma oltre il 95% del business avviene nel mondo fisico, anche se dopo la ricerca di informazioni on-line, ha evidenziato **Omar Fogliadini** di Life Data AI: "L'innovazione digitale non è più un vezzo per le pmi, ma un'opportunità di crescita, e di sopravvivenza per le aziende che non vogliono essere "Amazon-izzate". Storia, tradizione e competenze restano sempre insostituibili: "Il contenuto è più importante della tecnologia- ha ricordato **Giovanni Collinetti** di Braindrain- L'azienda deve innanzitutto valorizzare la propria storia, raccontarla e valorizzare i suoi tratti distintivi".

Digitale, solo un'impresa su

tre si sente preparata. Il direttore Ascom, Fusini: “Serve una svolta culturale”

Il rapporto di ricerca Ascom-Format Research evidenzia come solo il 34% delle imprese del terziario bergamasche si sente digitalizzata. Il 27% ha in programma investimenti nel prossimo biennio per colmare il gap

Calano le imprese giovanili, cresce la richiesta di formazione

Sono 576mila su circa 6 milioni e 100mila, 122mila in meno rispetto al 2011 (-17,6%); di quelle nate nel 2011, dopo tre anni ne è sopravvissuto il 77% e a 5 anni il 68%; ma se superano la fase di start up dei cinque anni, hanno più possibilità di sopravvivenza rispetto alle altre: sono le imprese giovanili italiane di cui una bella fetta, più della metà, opera nel settore dei servizi di area Confcommercio. Sono i principali risultati dell'indagine “Giovani imprenditori: competenze e formazione” realizzata da Confcommercio-Unioncamere sui fabbisogni formativi e i tratti distintivi dei giovani imprenditori del terziario, presentata a Firenze nell'ambito del dodicesimo Forum nazionale dei Giovani Imprenditori di Confcommercio.

Dallo studio emerge anche che, contemporaneamente alle imprese, si è ridotto il numero di giovani tra 18 e 34 anni

nel nostro Paese (-6,1% rispetto al 2011), un calo che comunque non spiega la diminuzione della propensione all'imprenditorialità giovanile: il rapporto tra imprese giovanili e giovani è passato infatti da 57,2 per mille nel 2011 a 50,3 per mille nel 2018. L'età media dei giovani imprenditori è di 28,7 anni, e fra questi le donne rappresentano il 33% (nelle attività di alloggio si arriva al 45%), il 15% è rappresentato da stranieri. Tra i giovani imprenditori meridionali che operano al di fuori del Sud, quasi la metà è attiva in Lombardia o Lazio (26% in Lombardia, 22% nel Lazio). Quattro su dieci fanno impresa per voglia di valorizzare il proprio know-how e per inseguire il successo personale ed economico.

Riduzione della pressione fiscale e alleggerimento della burocrazia sono le richieste degli imprenditori, comuni sia agli under 42 che agli over, mentre i più giovani in particolare chiedono anche incentivi agli investimenti e servizi per sviluppare le capacità manageriali.

La potenzialità imprenditoriale rischia tuttavia di essere soffocata dalla carenza di know-how: se è alta nel nostro Paese la quota di popolazione che intende avviare un'impresa entro tre anni (seconda solo alla Francia tra i grandi Paesi europei), l'Italia scende all'ultimo posto, dopo Spagna, Regno Unito, Germania e Francia per possesso di conoscenze e competenze.

“I giovani hanno una grande voglia di contribuire all'imprenditorialità, alla crescita e all'innovazione collettiva, e nel mondo rappresentato da Confcommercio questo è ancora più eclatante: turismo, servizi, commercio sono settori ricchi di opportunità” ha detto Andrea Colzani, presidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio. “La potenzialità dell'imprenditore rischia però di essere soffocata da un sistema Paese che non va alla giusta velocità ma anche dalla carenza di know-how individuale. La percentuale di chi pensa di avere competenze e conoscenze per avviare

un'impresa – ha concluso Colzani – è più bassa degli altri grandi Paesi europei (30%) e i giovani imprenditori più formati sono anche quelli che hanno più fiducia nel futuro. Non a caso il nostro Gruppo Giovani ha tre parole d'ordine: education, education ed education”.

Secondo il ministro dei Beni Culturali e del Turismo, Dario Franceschini: “Le botteghe storiche tipiche o in generale le attività commerciali nei comuni sotto i mille abitanti debbano essere sostenute dallo Stato, modello tax credit librerie, attraverso una serie di incentivi e sgravi fiscali che consenta di tenere aperto”. “In quel modo – ha sottolineato Franceschini – non aiuti soltanto il commerciante, aiuti la comunità in cui quel commerciante lavora, perché lasci un luogo di aggregazione e di incontro”.

Franceschini ha poi parlato del mondo dei giovani imprenditori: “Bisogna aiutare i giovani che hanno il coraggio di aprire un'attività commerciale, soprattutto se la aprono in zone magari più difficili. C'è una politica generale a favore delle startup: io credo a maggior ragione che le startup nel settore del piccolo commercio siano una cosa che ha un tale valore sociale e culturale che vanno sostenute convintamente con risorse, mezzi e regole da parte dello Stato”.

Al Forum di Firenze è intervenuta anche una delegazione di Ascom Confcommercio Bergamo.”Non importa arrivare pronti ma preparati. È questo il messaggio forte che esce dal Forum – dice il direttore Oscar Fusini – . Serve competenza e una maggiore conoscenza delle nuove tecnologie a scopo professionale. Alzare il livello medio e puntare a nuove skill. L'apprendistato è valido ma non basta perché costa ancora troppo per l'impresa. Per farsi trovare preparati ancora prima che pronti”.





Ascom, premiate oltre 80 attività con più di 25 anni di storia

Ascom ha premiato 86 imprese storiche bergamasche con un attestato e una vetrofania. Le imprese fanno parte del circuito 'Rete imprese storiche di Bergamo'. Per aderire basta avere 25 anni di attività e fare domanda sul sito

Contro ogni forma di violenza sul lavoro a Bergamo una vetrofania come fattore distintivo per le imprese

Contro ogni forma di violenza sul lavoro a Bergamo una vetrofania come fattore distintivo per le imprese. L'iniziativa fa parte di un accordo firmato da Ascom Confcommercio Bergamo, Fipe e Federalberghi, insieme a Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil. Il 25 e 26 novembre sarà distribuita in città e negli uffici Ascom in provincia

Dal Comune di Bergamo contributi a fondo perduto per l'acquisto di veicoli e ciclomotori elettrici

Nei giorni scorsi il Comune di Bergamo ha pubblicato il Bando per la presentazione di domande finalizzate all'ottenimento di contributi per l'acquisto di veicoli, ciclomotori e motoveicoli commerciali a trazione elettrica da impegnare

nella consegna di merci nelle aree ZTL della città di Bergamo.

SOGGETTI BENEFICIARI:

Possono presentare domanda gli esercizi commerciali, artigianali, imprese e a vettori di trasporto con sede legale nella Provincia di Bergamo che effettuano direttamente le proprie consegne o i propri prelievi di merce (sono escluse le attività o gli esercizi che non prevedono operazioni di carico e scarico merce) nelle zone a Traffico Limitato della città di Bergamo presidiate dai varchi elettronici.

AGEVOLAZIONE:

In base al riscontro ottenuto dal bando, la contribuzione per singolo beneficiario potrà essere compresa fra un minimo di €. 5.000,00 ed un massimo pari al 50% del valore di acquisto del veicolo (IVA esclusa) in relazione alla dotazione finanziaria disponibile.

In ogni caso il contributo complessivo è fissato per ciascun beneficiario in un massimo di €. 10.000,00.

Il contributo sarà erogato per l'acquisto di veicoli a trazione totalmente elettrica di massa a pieno carico inferiore o uguale alle 3,5 tonnellate con qualsiasi tipologia di allestimento (furgonati, telonati, cassonati, temperatura controllata, ecc.) immatricolati per il trasporto di merci.

Sono ammessi al finanziamento anche ciclomotori e motoveicoli a trazione elettrica.

TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA:

Le domande devono essere presentate entro le ore 12 del 29 novembre 2019 all'Ufficio Protocollo del Comune di Bergamo.

Per maggiori informazioni contattare Matteo Milesi di Fogalco soc. coop. allo 035/4120210 – matteo.milesi@fogalco.it.

Fiera Campionaria da record: festa per oltre 90mila persone

Forte dei suoi primi quarant'anni portati splendidamente, la Campionaria 2019 conquista i bergamaschi. Durante le cinque giornate di apertura della manifestazione firmata Promoberg con il più alto numero di settori merceologici in vetrina, alla Fiera di Bergamo si sono infatti registrate oltre 90mila presenze, nuovo record assoluto da quando i giorni di apertura della kermesse sono passati da nove a cinque, anche per andare incontro alle esigenze operative degli espositori.

I visitatori sono giunti da tutta la provincia e in gran parte anche da quelle limitrofe. Dopo le prime due giornate infrasettimanali, partite positivamente con presenze superiori a quelle degli anni scorsi, da venerdì 1 novembre, festa di Ognissanti, alla chiusura di domenica 3 novembre, sui 17mila metri quadrati (tutti al coperto) destinati alla Campionaria è stato un boom di visitatori come non si vedeva da anni.

Format vincente

L'evento che ha accompagnato dal 1979 a oggi diverse generazioni lungo le tante stagioni di una società in costante trasformazione, ha confermato di essere un appuntamento "localpopolare" capace di riunire attorno al mondo economico e dei servizi, in una sorta di grande festa collettiva, tantissima gente, famiglie in testa. Quest'anno, in modo particolare, si è percepita una soddisfazione più marcata rispetto agli anni passati da parte di tutte le varie

componenti che ruotano attorno alla manifestazione. Piace il format che abbina a una ricca parte espositiva (quest'anno 205 imprese giunte da 15 regioni italiane e da sei nazioni straniere, con oltre 40 settori merceologici), un altrettanto corposo calendario di eventi collaterali, che, se da un lato hanno l'obiettivo di coinvolgere in prima persona il pubblico in un contesto anche "spettacolare", dall'altro consentono alle imprese e ai mondi dell'associazionismo e della scuola di farsi conoscere più approfonditamente. E' il caso, ad esempio, dei concorsi dedicati agli studenti delle scuole alberghiere del nostro territorio, che danno la possibilità alle nuove generazioni di entrare in contatto con il mondo del lavoro per un loro futuro impiego.



“Con la sua lunga e importante storia la Campionaria è entrata nel cuore dei bergamaschi – commenta Fabio Sannino, presidente di Promoberg -. Un appuntamento in grado di riunire contemporaneamente tradizione e innovazione e capace di rinnovarsi ogni anno, grazie alla qualità e alle novità portate in fiera dalle imprese, e a nuovi eventi collaterali

studiati in modo mirato per soddisfare tutta la famiglia. Lo staff della Campionaria – prosegue Sannino, eletto presidente dell'ente nel luglio scorso – mi ha evidenziato, con comprensibile soddisfazione, che da anni non si vedeva una partecipazione così numerosa e attiva. Il pubblico viene alla Campionaria perché sa di trovare prodotti e servizi di qualità tra cui le ultime novità dei vari settori, e iniziative che consentono di passare una bella giornata in compagnia. Una festa popolare resa possibile anche dalla struttura: la Fiera di Bergamo è facilmente raggiungibile con ogni mezzo e consente di allestire ogni genere di manifestazione in spazi ampi e sicuri. Nel caso della Campionaria – conclude Sannino – parliamo di ben 17mila metri quadrati, tutti al coperto, il che ha permesso alla gente, famiglie in testa, di partecipare alla manifestazione anche con il cattivo tempo”.

Tra le oltre 200 imprese che hanno vivacizzato la 41esima edizione della Campionaria, anche due espositori sempre presenti sin dal 1979. Sono le imprese Cà Rossa di Micaela Carrara di Bergamo, che si occupa di vini dell'Alto Adige, e Torrazza Angelo dell'omonimo proprietario, di Campomorone (Genova) e specializzato in salumi di cinghiale. La loro fedeltà è stata premiata dal presidente di Promoberg, Fabio Sannino, con una targa ricordo.

Infine, molto apprezzata dal pubblico la riproposizione dell'iniziativa che ha unito la Campionaria con l'imminente Salone del Mobile di Bergamo, in programma alla Fiera di Bergamo dal 16 al 18 e dal 22 al 24 novembre prossimo: in migliaia si sono registrati ottenendo così l'ingresso gratuito al Salone di Promoberg dedicato all'arredamento e al complemento d'arredo.

La gara di taglio del prosciutto e del formaggio organizzate dal Gruppo gastronomi-salumieri di Ascom

Domenica 3 novembre, infine, grande affluenza alle gare di

taglio del prosciutto e del formaggio organizzate dal Gruppo gastronomi-salumieri di Ascom Confcommercio Bergamo al Padiglione A (Area showcooking-corsia 1). Per entrambe le gare sono sfidati cinque concorrenti chiamati ad avvicinarsi il più possibile al peso richiesto dai giudici. Ad aggiudicarsi la gara del taglio del prosciutto è stato Enrico Rimoldini, quella del formaggio Nunzio Carrara.



“In questa edizione – spiega Luca Bonicelli, presidente del Gruppo gastronomi-salumieri di Ascom Bergamo – abbiamo voluto mettere in mostra non tanto i prodotti ma le imprese e chi sta dietro al bancone: un’occasione per far conoscere ai cittadini la professionalità della nostra categoria. Oltre alla gara di

taglio, un appuntamento tradizionale in Fiera, un nostro esperto dimostrerà come disossare un prosciutto crudo e non mancheremo di dispensare tanti altri consigli al pubblico”.

Rete imprese storiche, Ascom festeggia le attività d'antan

Domenica 10 novembre alla sede di via Borgo Palazzo 137 Ascom Bergamo festeggia le imprese che hanno aderito al circuito 'Rete imprese storiche di Bergamo', oltre 70 attività con più di 25 anni di vita. Tutte le aziende sono presenti sul sito www.reteimpresestoriche.it. Per info: tel. 035.4120304, mail soci@ascombg.it www.reteimpresestoriche.it

Corrispettivi telematici tra luci e ombre: al via gli incontri sul territorio

Mercoledì 30 ottobre, alle ore 15, presso la sede Ascom di Bergamo, si tiene il primo appuntamento del calendario di incontri dedicati all'invio dei corrispettivi telematici. obbligo che entrerà in vigore dal 1° gennaio 2020

Niente alcol sopra i 5° e stop a vetro e lattine prima e dopo le partite dell'Atalanta: l'Ordinanza comunale penalizza i baristi Ascom

Definirlo un giro di vite è forse eccessivo ma poco ci manca. L'ultima ordinanza del Comune di Bergamo riguardo al divieto di vendita (asporto e somministrazione) di bevande alcoliche con gradazione superiore ai 5 gradi e bevande in contenitori di vetro e in lattina durante le partite dell'Atalanta che si svolgeranno presso il Gewiss Stadium non va proprio giù al Gruppo Caffè Bar di Ascom.

In vigore dal 27 ottobre fino al 19 gennaio del 2020 per tutte le partite di campionato, Coppa Italia e amichevoli giocate in casa, l'ordinanza pende infatti come una spada di Damocle sulla categoria. Anche se sono esclusi i ristoranti, dove è consentito il consumo di bevande alcoliche solo ed esclusivamente a tavola, l'ordinanza approvata nei giorni scorsi riguarda diverse attività: bar, circoli privati e ambulanti, ma anche alimentari con vendita al dettaglio, laboratori artigianali alimentari, distributori automatici di bevande. Niente vino, alcolici e birra sopra i 5 gradi, quindi, ma nemmeno bibite e bevande in vetro e lattina potranno essere vendute a partire da due ore prima l'inizio degli eventi sportivi fino ad un' ora dopo la conclusione delle partite.

“L'ordinanza è stata approvata sulla scia di un atteggiamento repressivo che vede l'Amministrazione comunale e le autorità

andare nella direzione sbagliata – sottolinea **Francesco Pappi, vicepresidente del Gruppo Caffè Bar di Ascom** -. Il vero problema, dentro e fuori da stadi e discoteche, non è sempre e solo l'alcool, o meglio non bisogna puntare il dito solo su chi alza troppo il gomito, su cosa ha bevuto e dove l'ha consumato. È ora di cercare di fare un passo avanti, cambiare prospettiva e guardare oltre: il provvedimento va infatti a danneggiare molte attività commerciali non proprio vicine allo stadio o che comunque non hanno a che fare con l'afflusso dei tifosi”.

“Sebbene diamo atto all'Amministrazione comunale di aver preso in considerazione gli interessi dei ristoranti, che durante la fascia oraria degli eventi sportivi potranno continuare a somministrare vino e alcolici fino a 21 gradi, e di aver consentito il consumo della birra entro i 5 gradi evitando una “stretta” totale, la nuova ordinanza danneggerà molti dei nostri associati – aggiunge **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Abbiamo raccolto diverse chiamate, soprattutto quelli di Borgo Santa Caterina già penalizzati dall'ordinanza estiva sugli orari di chiusura, che ora rischiano di subire un altro duro colpo sulla loro attività”.

L'area oggetto dei divieti non riguarda infatti solo le vie limitrofe allo stadio ma è compresa all'interno di un perimetro più ampio, di fatto un “quadrilatero” per i divieti compreso tra via Muraine, via Suardi, via Corridoni, (fino all'intersezione con la circonvallazione Plorzano), circonvallazione Plorzano, circonvallazione Fabriciano, (fino all'intersezione con via Pescaria), via Pescaria, via Baioni, (dall'incrocio con via Pescaria sino a via Nazario Sauro) via Nazario Sauro, piazzale Oberdan e via Cesare Battisti. Il divieto interessa anche via Spino, punto di partenza e arrivo dei pullman dei tifosi.

La violazione dell'ordinanza comporta una sanzione amministrativa compresa tra i 50 e i 500 euro e in caso di doppia violazione scatta la sospensione dell'attività per due

giorni (individuati dall'Amministrazione tra quelli in cui è prevista una partita di campionato presso lo stadio di Bergamo). Qualora venga contestata una ulteriore violazione si applica la sanzione della sospensione dell'attività per tutte le giornate di campionato successive e, comunque, con decorrenza dalla data indicata nel provvedimento di sospensione.

L'ordinanza però, secondo Pappi, va in controtendenza con i servizi offerti dai nuovi impianti sportivi, compreso il Gewiss Stadium, che prevedono la spillatura di birra dentro lo stadio. "È un paradosso – conferma Pappi -. Da una parte si libera il tabù della birra leggera (4,8°) dentro gli stadi dall'altra si chiudono le spine e si vietano le birre poco più alcoliche nei bar. E chi ci rimettono sono i commercianti senza di fatto garantire nessun giovamento all'ordine pubblico".

Ordine pubblico che chiama in causa i commercianti proprio in merito alla sicurezza di tutti. "Negli ultimi anni il concetto di responsabilità oggettiva è stato esteso e molto spesso noi esercenti ci troviamo a gestire fatti di ordine pubblico come risse e schiamazzi che avvengono fuori dal locale e dei quali spesso non siamo nemmeno responsabili, mettendo a rischio anche la nostra incolumità – osserva Pappi -. Siamo infatti già caricati di tante responsabilità all'interno del locale e anche se ben venga un atteggiamento preventivo non siamo tenuti a fare i "gendarmi" ma i gestori".

"Sappiamo che il tema della sicurezza è una delle priorità che sta a cuore al Comune e a tutti i cittadini ma l'estensione della responsabilità oggettiva verso i gestori dei locali segnala una volontà precisa di penalizzare l'intrattenimento e lo svago nei locali – conclude Fusini -. Ci auspichiamo che a livello nazionale prima ancora che nell'interpretazione che viene data a livello locale, questa tendenza non sacrifichi ancora di più un settore che è fondamentale per l'economia del territorio ed in difficoltà. Se il problema è l'abuso di alcol

allora occorre fermare la vendita parallela e l'accessibilità all'alcol in ogni angolo ed esercizio. Occorre tornare alla possibilità del consumo nei soli pubblici esercizi, dove le norme anche penali, la formazione e il presidio dei titolari costituiscono una sicurezza per tutti".

