

Il futuro del commercio? L'impegno di tutti per la vitalità dei centri urbani

Il roadshow "La Regione per le imprese" fa tappa in Camera di Commercio per gettare le basi per un piano ambizioso a lungo termine, da qui al 2050



Dopo il primo incontro, dedicato all'industria tenutosi a Brescia, il Roadshow "Lombardia la Regione per le imprese" voluto dall'assessore lombardo allo Sviluppo Economico Guido Guidesi e organizzato da Regione Lombardia con la preziosa collaborazione delle

associazioni di categoria e de "Il Sole 24 ore", ha fatto tappa in Camera di Commercio di Bergamo. Per parlare de "Il futuro del commercio" sono intervenute allo stesso tavolo le principali associazioni di categoria. A fare gli onori di casa, Giovanni Zambonelli, vicepresidente Camera di Commercio di Bergamo e presidente Ascom Confcommercio Bergamo che ha ricordato, snocciolando alcuni dati economici, il valore dell'imprenditorialità orobica: "Qui ha sede il terzo aeroporto italiano, che apre la nostra provincia al mondo e al turismo, oltre a 92.400 imprese attive, per la maggior parte nel settore dei servizi. Con oltre 500mila occupati, la provincia presenta altresì un tasso di disoccupazione inferiore al resto della Lombardia. Bergamo è la terza provincia dopo Milano e Brescia per l'export. E' un territorio che tra i primi ha puntato e creduto nello sviluppo dei distretti urbani del commercio, tanto da diventare una provincia leader per concentrazione e qualità degli stessi. Su queste ottime premesse apriamo quindi un dibattito per

condividere riflessioni e strategie per il futuro della nostra economia". Il 'sistema lombardo', come sottolineato dall'assessore regionale Guido Guidesi, si è posto obiettivi ambiziosi ("siamo la Lombardia, innovatori e abituati ad anticipare sempre i tempi"). Sul fronte del commercio, la riflessione parte dai distretti per guardare ai prossimi decenni. "Già possiamo dire di avere vinto la sfida dei distretti del commercio - ha spiegato Guidesi -. Oggi, affinché tra vent'anni i progetti messi in campo ora possano essere considerati innovativi, al pari di quello che sono stati i distretti del commercio, dobbiamo continuare a investire sulle misure che possono rinvigorire il sistema in cui operano queste realtà. Costruiamo quindi insieme, a sistema, il commercio del 2050 ed è per questo che istituiamo un tavolo specifico per il mondo del commercio". Si parte dal piano del commercio: "Le assicurazioni di categoria hanno condiviso gli obiettivi del piano commercio, che sarà a lungo termine. Conterà sapere offrire ai commercianti l'ambiente ideale per professare la propria attività e non con aiuti a singole aziende. Serve identificare una peculiarità commerciale per il territorio per assicurare così il coinvolgimento automatico di iniziative, a partire dalla rigenerazione urbana. Non è facile, l'obiettivo è ambizioso ma la Lombardia deve farlo e può farlo". "Il commercio - ha affermato Carlo Massoletti, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia - rende le città vive e sicure ed è il termometro della dinamicità e dello sviluppo delle comunità. Un ruolo esaltato dai Distretti del commercio, straordinarie opportunità di partenariato pubblico-privato, acceleratori dell'evoluzione imprenditoriale e sociale e laboratori di rigenerazione". "Il settore - ha proseguito Massoletti -, per vivere il presente e guardare al futuro, non può prescindere dalla formazione del personale e degli imprenditori e non può ignorare l'innovazione tecnologica, compresa l'intelligenza artificiale, ricordando sempre che il commercio si fonda sull'incontro e non sulla distanza, sulla relazione e non sull'alienazione. Allo stesso tempo, è

necessario intervenire in modo deciso sul potere d'acquisto, attraverso la detassazione degli aumenti contrattuali e delle tredicesime, sul problema della carenza di personale e sulla stretta creditizia".

Quanto alla pluralità dell'offerta commerciale e alla pianificazione e al governo del suo sviluppo, si è posto l'accento sul rapporto- che si conferma sempre teso- tra le esigenze degli esercizi di vicinato e la grande distribuzione. "Parlare di grande distribuzione- ha sottolineato Carlo Alberto Buttarelli, presidente di Federdistribuzione- non è corretto e anzi forse è un termine superato perchè più che grande la distribuzione è moderna ed asseconda l'evoluzione del mercato e dei consumi. Si sta sempre più orientando verso uno sviluppo di prossimità, anche in Lombardia, con punti di vendita di dimensioni adatte ai contesti presidiati e con molteplici effetti positivi per le comunità sul piano sociale, economico e ambientale. Uno di questi, attraverso il recupero delle aree dismesse, è la rigenerazione urbana, che consente di contenere il consumo di suolo". Carlo Massoletti ha ribadito in questo senso il valore del commercio tradizionale: "Se la grande distribuzione si definisce moderna allora quella dei piccoli negozi e delle piccole attività è contemporanea perchè attraverso propria credibilità opera in termini qualità e servizio che si adatta ad esigenze consumatori. Se il piccolo negoziante vuole avere futuro deve avvicinarsi ulteriormente a clienti. Si dice sempre che l'Italia è indietro per liberalizzazione di mercato, quando invece- vedi l'avanzata delle grandi superfici all'imbocco dei nostri centri urbani- , indici europei su restrittività alla mano, risulta meno rigida e più liberale di Germania e Francia". L'inflazione invece coinvolge e travolge tutti: "Per la prima volta dal secondo dopoguerra da ottobre 2022 rileviamo una regressione dei consumi alimentari- ha dichiarato Buttarelli-. Il segno meno nei prodotti alimentari è per sua definizione preoccupante. Quando flettono inizialmente i consumi può esserci alla base un aspetto virtuoso legato alla riduzione degli sprechi, ma il perdurare

della crisi dei consumi alimentari e della spesa di tutti i giorni diventa privazione di beni necessari e primari". "La salvaguardia del commercio di vicinato – ha sottolineato Gianni Rebecchi, presidente Confesercenti Lombardia- non è una battaglia di retroguardia a vantaggio degli interessi di pochi, ma una sfida imprescindibile per salvaguardare l'identità, la vivibilità e l'attrattività dei nostri centri urbani". Dopo decenni di profonda trasformazione delle reti commerciali, con riflessi negativi sul numero di attività di piccole dimensioni, anche e soprattutto in Lombardia, si può cercare di costruire, grazie ad una nuova alleanza tra le diverse forme distributive- un equilibrio e gettare le basi per un futuro più sostenibile e vitale per i nostri centri urbani.

Zambonelli: “Il terziario ancora in difficoltà, consumi a picco tra inflazione e caro mutui”

Il presidente Ascom fa il punto sui primi tre trimestri dell'anno, tra luci e ombre



L'autunno è da sempre tempo di bilanci, oltre che di analisi e scelte in prospettiva. A tirare le somme di questi tre trimestri del 2023 per il terziario bergamasco è il presidente Ascom Confcommercio Bergamo **Giovanni Zambonelli**. Un'analisi fatta di contrasti, tra difficoltà e ripresa, inflazione galoppante, tassi in continua salita e nuove abitudini di consumo. «Si chiude un'estate positiva per il turismo, anche se purtroppo non è dappertutto così,

specialmente in provincia, mentre si fanno quasi strutturali le difficoltà del commercio. Cresce, come rilevato anche dall'Ufficio Studi Confcommercio a livello nazionale, la fatica di molte famiglie, costrette a spendere meno anche per generi di prima necessità. E questo si riflette sulla crescita degli hard discount, l'unico dato positivo registrato dal commercio alimentare. Per quasi tutti i comparti le difficoltà si fanno sentire, anche se in misura diversa: lo stesso turismo va a doppia velocità, corre in città e nei centri di maggiore appeal, ma la fatica si avverte per ristoranti e hotel nei comuni più piccoli e fuori dai classici tour di visita. Continua a soffrire il comparto dell'abbigliamento e delle calzature, tra cambiamenti negli stili e abitudini di consumo di parte della clientela, mentre cresce il numero di coloro che si vedono costretti a rinunciare a tutto ciò che non è strettamente indispensabile».

TURISMO

«L'incremento di arrivi e delle presenze in città e nelle principali località di villeggiatura, che hanno superato di oltre il 13% il dato pre Covid del 2019, hanno consentito di vivere una straordinaria stagione post pandemia, contribuendo in maniera decisiva a rivitalizzare un'economia messa davvero a dura prova. Ora però cominciamo ad avvertire un

rallentamento, soprattutto relativo al turismo italiano, che purtroppo paga più di altri l'impatto di inflazione e caro mutui». L'effetto capitale della cultura 2023 si è visto soprattutto in città: «La crescita del turismo sulle Orobie e sul Lago d'Iseo non sono purtroppo riuscite a rallentare la situazione di difficoltà vissute dalle imprese, alle prese - specialmente nei piccoli comuni e nelle valli - con una fragilità finanziaria resa ancora più precaria dalla pandemia. La necessità di assorbire gli aumenti per non ritoccare i prezzi, riduce ulteriormente la marginalità, senza lasciare spazio per possibili investimenti e migliorie per adeguare le strutture alle richieste di un turista sempre più esigente».

COMMERCIO

«Prosegue il rallentamento delle vendite al dettaglio che va dai generi alimentari all'abbigliamento e calzature. Un quadro che riflette le difficoltà vissute ogni giorno dalle famiglie. Per fare tornare i conti si rinuncia a tutto ciò che non è necessario e cresce l'attenzione al prezzo anche per quanto è indispensabile. Se nel comparto alimentare a crescere sono solo gli hard discount, nel commercio non alimentare soffrono quasi tutte le categorie merceologiche, a partire dall'abbigliamento e calzature. Una crisi che non ha nulla a che vedere con lo spostamento dei consumi sulle piattaforme dell'e-commerce. Stiamo ormai assistendo a un profondo cambiamento nello stile e nelle abitudini di consumo, cui si somma l'allargamento di quella fascia di consumatori che non possono davvero permettersi nuovi acquisti. Tutto questo si traduce con il peggior bilancio dei saldi estivi degli ultimi anni».

LAVORO

«Dopo la rincorsa alla ricerca di nuovo personale per tenere i ritmi della ripresa post-Covid, il lavoro segna la prima battuta d'arresto post-pandemia, sia nel settore turistico che nel commercio. Ci aspettiamo un autunno e una fine dell'anno

con un calo degli occupati, un dato purtroppo in linea con quello nazionale che prevede un incremento della disoccupazione». Si preannuncia un trimestre non buono per il terziario, in linea con l'andamento generale dell'economia: «Il tessuto economico uscirà con buone probabilità indebolito dalla frenata di alcuni settori trainanti come il manifatturiero e il comparto dell'edilizia e artigianato, collegato strettamente ai bonus. L'economia sta calando più delle attese a livello nazionale e la crescita acquista per il 2023 si allontana dallo stimato 1%». Sul piatto non ci sono soldi o sono molto pochi: «Ci aspettiamo come non mai dal Governo- che bene sta lavorando- serietà, rigore e una presa di consapevolezza che la priorità deve essere a contrasto dell'inflazione e il taglio al cuneo fiscale soprattutto per i redditi più bassi» conclude Zambonelli.

Bergamo Brescia capitale della cultura nelle vetrine

Il Distretto Urbano del Commercio organizza il concorso BGBS in Vetrina rivolto alle associazioni di Via delle quattro aree del Duc

In occasione di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, il Distretto Urbano del Commercio di Bergamo organizza per il mese di ottobre il concorso BGBS in Vetrina rivolto alle

associazioni di Via delle quattro aree del Distretto; alla proposta hanno aderito 120 commercianti di centro, Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina e Città alta, per cui la

partecipazione è gratuita.

“L'intento del DUC è quello di animare con un'iniziativa simpatica e leggera, ma capace di coinvolgere tutte le categorie merceologiche facenti parte del Distretto, il periodo autunnale di

Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, e, in particolare, il mese di ottobre, che segna il passaggio tra la fine del periodo estivo e la ripresa delle attività ordinarie e le tante proposte

dedicate al Natale, che prenderanno il via già dalla seconda metà del prossimo novembre” spiega Nicola Viscardi, Manager del DUC. I negozi aderenti riceveranno un kit utile all'allestimento delle proprie vetrine, o parte di esse, e dovranno poi pubblicare foto, storie e video su Facebook e Instagram taggando obbligatoriamente la pagina di Bergamo Shopping e L'Eco di Bergamo e usando l' hashtag #BGBSinVetrina. L'Eco di Bergamo, Media Partner selezionato dal DUC, racconterà sulle sue pagine online sui social e su edizione cartacea le vetrine e le storie più belle.

I vincitori verranno stabiliti a insindacabile giudizio della giuria composta da giurati provenienti dalla Redazione Web de L'Eco di Bergamo, dall'Ufficio Stampa e comunicazione del Comune di Bergamo e dall'Ufficio Comunicazione di Visit Bergamo. I primi tre classificati riceveranno premi in visibilità sui canali de L'Eco di Bergamo. Criteri principali per la valutazione delle vetrine saranno l'originalità dell'allestimento e dell'interpretazione del tema, l'ampiezza dell'installazione e la risposta del pubblico, a partire dalle condivisioni. I primi tre classificati riceveranno premi in visibilità sui canali de L'Eco di Bergamo. Tra i premi uno spazio sulla stampa(L'eco cartaceo), oltre che sui social (con post per i primi 3 classificati), l'intervista nel format L'Eco di Bergamo Incontra (home page ecodibergamo.it) per il primo classificato; articolo web (home page ecodibergamo.it) per il secondo e terzo classificato. Tutti i partecipanti avranno visibilità nel carosello fotografico e video web. Tutti i partecipanti avranno a disposizione per la clientela

shopping bag a tema BGBS23 in cotone, 4 bandierine BGBS23 (rossa, gialla, azzurra, bluette); a rendere inoltre immediatamente identificabili le vetrine adesivi e vetrofania. Tra i temi da interpretare, non sono mancati i suggerimenti, dalla cultura che passa nelle botteghe, all'omaggio a Bergamo e alla sua storia, dai personaggi alle leggende, ai misteri, ai modi di dire bergamaschi e alle tipicità del territorio. Impossibile dimenticare l'Atalanta e il suo legame con il territorio.

Torna Creattiva, arti manuali in fiera dal 5 all'8 ottobre

225 imprese in mostra con prodotti per creare oggetti unici. Nuova area corsi Show Lab e Bicolor Quilt Festival

Da giovedì 5 a domenica 8 ottobre 2023 la Fiera di Bergamo torna ad ospitare la versione autunnale di Creattiva, la fiera internazionale delle arti manuali ideata e organizzata da Promoberg. Si tratta del 28esimo appuntamento al polo fieristico di via Lunga per la manifestazione dedicata all'handmade (fatto a mano) che sin dal debutto (nell'autunno del 2008) è diventata un punto di riferimento per gli operatori del settore e per le tante decine di migliaia di appassionate (il pubblico è quasi esclusivamente al femminile), che ad ogni edizione si mettono in viaggio con ogni mezzo da tutta Italia e in parte anche dall'estero per raggiungere il capoluogo orobico. Tra gli stand allestiti sui 15mila metri quadrati al coperto da 225 imprese provenienti da quindici regioni italiane e undici stati esteri, si trova davvero di tutto per creare con le proprie mani dei prodotti unici e originali: dal ricamo al patchwork, dai lavori d'ago

alla bigiotteria, dalla cucina creativa alle lavorazioni con il feltro, dalle lane ai tessuti e filati, passando per trompe-l'œil, stencil, stamping, soft glass, pittura, decorazione ceramica, candele, country, saponi, giochi, miniature, didattica per l'infanzia, composizioni floreali e tanto altro ancora, Creattiva è tutto un inno alla fantasia. L'appuntamento autunnale, in particolare, consente di prepararsi (creativamente) al meglio in vista delle festività natalizie, grazie anche agli oltre mille eventi collaterali (corsi, dimostrazioni, work shop e laboratori) per imparare a realizzare con le proprie mani dei prodotti unici per sé o da regalare alle persone più care. Anche quest'anno tra gli stand di Creattiva sono moltissime le novità, a partire da Creattiva Show Lab, nuova area per corsi e intrattenimento in cui imparare

nuove tecniche e raccogliere spunti creativi, e Bicolor Quilt Festival, grande esposizione di quilt organizzata da Juki Italia in collaborazione con Inch Entimetri e Stoffabrics, con la bellezza di circa

200 lavori portati in fiera, tra i quali anche quelli di un gruppo di appassionate (25 persone) provenienti dalle Isole Canarie (Fuerteventura). Tra gli eventi collaterali più seguiti citiamo la

Fashion Half Marathon, concorso nazionale riservato alle nuove generazioni di fashion designer giunto alla settima edizione. Si amplia inoltre anche Quiltmart, spazio dedicato alle aziende del

settore che producono i materiali per realizzare lavori con le toppe (patchwork), mentre saranno come sempre seguitissimi i corsi con Monica Vinci dedicati alla bigiotteria d'eccellenza. Oltre alle immancabili novità tra gli stand e nel calendario eventi, quest'anno la manifestazione cala soprattutto un poker di edizioni, con un nuovo appuntamento a Firenze. In aggiunta alle

due storiche edizioni (dal 2008, in primavera e autunno) alla Fiera di Bergamo e a quella autunnale (dal 2012) alla Mostra d'Oltremare di Napoli (dal 10 al 12 novembre 2023), Creattiva

porta infatti per la prima volta la sua meravigliosa fantasia anche alla Fortezza da Basso di Firenze (dal 19 al 22 ottobre 2023), completando così il progetto che la vuole protagonista, anche logisticamente, in tutta Italia, da Nord a Sud, passando per il Centro.

Creattiva si estende su quindicimila metri quadrati di superficie al coperto e vede protagoniste 225 imprese (sette in più rispetto ad un anno fa), di cui venti straniere (cinque in più).

Complessivamente sono rappresentate quindici regioni italiane e undici stati esteri. La Lombardia si conferma la regione più numerosa, con 89 imprese provenienti da nove

province, tra le quali svetta quella di Bergamo, con 28 imprese, seguita da Milano (22 imprese), Lecco (14), Brescia (7) e Varese (6). Secondo gradino del podio regionale al Veneto (32 imprese),

terzo per l'Emilia-Romagna (20 imprese); seguono il Piemonte (15 imprese), la Toscana (9), la Campania e il Lazio (7). Il Paese estero maggiormente rappresentato è la Spagna, con sette imprese; seguono India, Germania e Ungheria, con due imprese a testa. Le altre nazioni rappresentate sono Cile, Ecuador, Francia, Malta, Polonia, Repubblica Ceca e San Marino.

Con circa nove imprese su dieci provenienti da fuori Bergamo e il 60% proveniente da fuori regione, Creattiva consente ricadute molto positive per l'economia e la promozione del nostro

territorio in Italia e nel mondo.

Luciano Patelli e Davide Lenarduzzi, rispettivamente Presidente e Amministratore delegato di Promoberg Srl hanno sottolineato come "Creattiva da quindici anni catalizzi l'interesse delle imprese e delle appassionati delle arti manuali in Italia e all'estero. È la fiera più al femminile del calendario di Promoberg, e, pur se di scena ogni sei mesi, ha il grande merito di presentarsi di edizione in edizione con nuove iniziative e migliaia di eventi collaterali, che insieme alla passione del pubblico, sono il grande valore aggiunto che

contraddistingue da sempre la manifestazione. Un evento rivolto al grande pubblico, ma che crea importanti rapporti anche tra gli operatori. Con circa nove imprese su dieci provenienti da fuori Bergamo e il 60% proveniente da fuori regione, Creattiva favorisce lo sviluppo e la promozione di Bergamo in chiave economica e turistica, perché grazie ad essa sono circa un migliaio gli operatori che soggiornano in città per molti giorni, a cui si sommano le appassionate, che, approfittando della partecipazione alla kermesse, aggiungono almeno un altro giorno per visitare la città. Un successo dovuto anche alla collocazione della nostra Fiera, al centro di una delle macroregioni più importanti a livello mondiale e collegata in una manciata di chilometri con le principali arterie viabilistiche, la ferrovia e l'aeroporto internazionale BGY che fa volare Bergamo con tutta l'Europa, il Nord Africa e il Medio Oriente. In linea con un percorso di grande sviluppo della manifestazione, quest'anno, alle due tradizionali edizioni a Bergamo e a quella di Napoli, aggiungiamo un nuovo appuntamento a Firenze, completando il progetto iniziale con il quale vogliamo essere presenti, anche logisticamente, lungo tutto lo Stivale, nel segno della creatività e della fantasia all'ennesima potenza".

Al via il trimestre antinflazione contro il carovita

Sono 303 i punti vendita aderenti, di cui 27 in città. 150 sono farmacie e parafarmacie

Il carrello tricolore ha fatto il suo debutto il 1° ottobre

nei supermercati d'Italia. Il patto per il trimestre anti-inflazione della Grande Distribuzione conta 23 mila punti vendita italiani, che hanno scelto di aderire all'iniziativa del Governo, con l'apposito bollino del "Prodotto ribassato" sui prodotti di largo consumo. Fino a Capodanno i prezzi saranno calmierati o ribassati del 10% per beni essenziali come pasta e sapone, passando per i prodotti per bambini, i pannolini e la farina. I primi sconti si sono cominciati a vedere nei supermercati. Il risparmio calcolato dai commercianti è di una trentina di euro in tre mesi in media a famiglia. Solo nelle città metropolitane le adesioni sfiorano quota 7mila: 6.977, in base ai dati del Mimit, di cui quasi la metà si concentra nelle città di Roma (1.381) e Torino (1.074). Seguono Napoli (801) e Milano (741). Partecipano al patto anti-inflazione 303 punti vendita bergamaschi, di cui 27 in città: la parte da padrone la fanno farmacie e parafarmacie per i prodotti per la prima infanzia, oltre a igiene e cura della persona. Tra i supermercati sono 27 le insegne (Conad, Coop, Esselunga, Famila, Gigante, Penny Market). E' infatti stata siglata giovedì 28 settembre a Palazzo Chigi, alla presenza della Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, il protocollo di intesa per il trimestre anti-inflazione promosso dal Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso. ANCD-Conad, ANCC-Coop, Federdistribuzione, Confcommercio insieme alle associazioni che rappresentano i settori delle farmacie e parafarmacie, hanno firmato il protocollo di intesa che fa seguito all'accordo raggiunto ad agosto tra il Ministero e le Associazioni di categoria della distribuzione e del commercio che da subito hanno espresso la disponibilità a collaborare all'iniziativa, con l'obiettivo di rafforzare il contrasto dell'inflazione e di contribuire alla tutela del potere di acquisto degli italiani. Un traguardo non semplice, considerando la situazione macro-economica generale e le pressioni a cui sono state sottoposte le imprese distributive e gli esercenti negli ultimi diciotto mesi, caratterizzati da un incremento senza precedenti dei costi energetici, delle materie prime e dei prezzi di listino dei prodotti

industriali. Con grande senso di responsabilità il settore del commercio, che accoglie ogni giorno milioni di persone nei propri punti vendita, comprendendone le difficoltà di fronte all'aumento generalizzato dei prezzi, ha dato un riscontro immediato a questa iniziativa, come segnale concreto di aiuto alle famiglie. L'impegno sottoscritto oggi rafforza lo sforzo che le imprese della distribuzione esprimono quotidianamente con soluzioni di convenienza e risparmio. In particolare, le ulteriori iniziative che saranno messe in campo riguarderanno beni di largo consumo e alimentari, prodotti per la casa e la persona; saranno realizzate con un potenziamento di offerta – ad esempio, scontistiche e promozioni dedicate – che ogni impresa definirà liberamente e saranno evidenziate dall'apposito logo messo a punto dal Ministero. A fronte dell'impegno concreto e tempestivo del settore del commercio, le Associazioni firmatarie del Protocollo auspicano che anche gli altri comparti della filiera, in particolare il mondo dell'industria di produzione dei beni di largo consumo, diano seguito in modo tangibile alle proprie dichiarazioni di intenti. Per rendere più efficace l'azione di contrasto all'inflazione e poter agire in maniera più strutturale, occorrono infatti interventi che portino a una netta riduzione dei prezzi di listino dei prodotti, anche in relazione alle mutate condizioni di mercato delle materie prime e dei costi di produzione. Per avere tutte le informazioni sull'iniziativa e consultare l'elenco delle attività aderenti è a disposizione un'apposita sezione sul sito del Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Ecco l'[elenco per la nostra provincia](#)

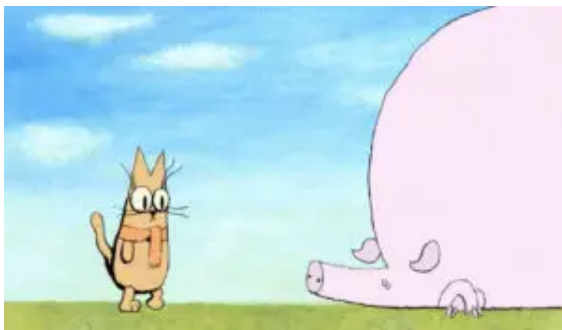
Il contesto resta difficile: ecco il dato dell'Osservatorio Confcommercio

Il calo generalizzato rilevato per la fiducia di famiglie e imprese nel mese di settembre è presumibilmente espressione del permanere di una fase di estrema debolezza del quadro economico, caratterizzato ancora da molteplici elementi d'incertezza, più che la spia dell'inizio di una fase

recessiva. L'ulteriore peggioramento registrato sul versante delle famiglie appare condizionato più dai timori sulla situazione generale e sul futuro del Paese che dalla situazione personale. In questo contesto l'inflazione, seppure in rallentamento, continua a rappresentare uno dei principali motivi di preoccupazione per le famiglie, a cui si aggiungono i timori di un possibile peggioramento del mercato del lavoro. Allo stesso tempo, la percezione degli imprenditori è influenzata dal rallentamento della domanda. Di conseguenza, peggiorano le aspettative lungo tutta la filiera della produzione e della distribuzione. Del resto, ormai, il discrimine tra stagnazione e recessione è affidato a qualche decimo di punto di variazione del PIL. Questo è il commento dell'Ufficio Studi di Confcommercio ai dati Istat di oggi.

CortoLovere, Ascom premia Pig di Jorn Leeuwerink

Si chiude con la serata di gala al Teatro Crystal il Festival internazionale del cortometraggio



Un frame del Corto Pig

Si è concluso sabato 30 settembre, il Festival internazionale del cortometraggio cortoLovere diretto da Gianni Canova, con

la serata di gala al Teatro Cinema Crystal di Lovere (BG) sul lago d'Iseo. La Giuria, dopo aver visionato le 14 opere in selezione ufficiale, ha assegnato il "Premio Bruno Bozzetto per cortoLove" al miglior film, a "The Gold Teeth" dell'iraniana Alireza Kazemipour con la seguente motivazione "storia, personaggi, tono del racconto. Impossibile tracciare i confini tra questi elementi. Segno di verità e coerenza stilistica. Ci abbiamo creduto dall'inizio alla fine. E per questo lo sosteniamo"; alla miglior sceneggiatura a "Solo un esayo" dello spagnolo Hugo Sanz "per la capacità di creare suspense, che sta alla base di ogni forma del narrare e per le traiettorie imprevedibili che ci offre la storia, svelandosi organicamente grazie a un ottimo impianto strutturale" e al miglior film di animazione a "Pig" dell'olandese Jorn Leeuwerink "per la qualità di essere al tempo stesso un'opera d'arte e un prodotto in grado di intrattenere e divertire. Un film intelligente e satirico che mostra uno spaccato della società accompagnato da un efficace impianto sonoro". Il film Pig è stato premiato da Ascom Confcommercio Bergamo: alla cerimonia ha partecipato Marcella Gualeni, responsabile Area Tecnico Amministrativa.

Per il concorso Occhi sul lago, dedicato a promuovere i giovani talenti e valorizzare il patrimonio storico e paesaggistico del Lago d'Iseo offrendolo come possibile location al cinema italiano, la Giuria è stata composta da Gianni Canova, direttore artistico della rassegna, Ambra Angiolini e Dorian Leondeff. Sono state tre le troupe selezionate negli ultimi mesi (tutte con partecipanti di età inferiore ai 35 anni) e coinvolte nei lavori finali del concorso, che si sono svolti nell'ultima settimana, durante il festival. I finalisti sono Alexandru Viorel Dobre con Finn il pesce, Romeo Pizzol con L'alfiere, Leonardo Ferro con A fin di bene. Il Premio "Occhi sul Lago 2023" è stato assegnato a A fin di bene di Leonardo Ferro. Durante la serata, oltre alla consegna dei riconoscimenti per i concorsi Internazionale e Occhi sul Lago, è stato consegnato il premio di questa edizione alla Signora del Lago, Ambra Angiolini che è tornata

ospite del festival, dopo la partecipazione nel 2009.

Deducibilità delle detrazioni auto, tetto da innalzare per gli agenti di commercio

In una lettera il presidente Fnaarc chiede al Governo di rivedere i limiti. Tra i firmatari anche il presidente Fnaarc Bergamo

Alberto Petranzan, presidente Agenti FNAARC, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio, insieme ai presidenti delle Associazioni Agenti FNAARC territoriali, ha inviato una lettera al Presidente del Consiglio Giorgia Meloni per richiamare l'attenzione su un tema ormai annoso per i 210.000 agenti e rappresentanti di commercio, consulenti finanziari e agenti in attività finanziaria italiani: quello del tetto di deducibilità dell'auto. Limite che, dal 1986, non è più stato aggiornato, ma solo convertito in 25.822 euro, cifra anacronistica rispetto agli attuali valori di mercato delle automobili nuove. I prezzi delle auto, infatti, sono raddoppiati negli ultimi 20 anni, con un aumento del 44% solo nell'ultimo decennio. Il massimale di deducibilità non permette, inoltre, alla categoria degli agenti e rappresentanti di commercio di contribuire alla transizione ecologica poiché il prezzo medio di acquisto di un'auto nuova elettrica è di molto superiore a tale cifra. Quello della fiscalità dell'auto rappresenta un tema di primaria importanza per gli agenti e rappresentanti di commercio che percorrono in media 60.000 km all'anno con

picchi di 90/100 km. Agenti FNAARC, che da molto tempo richiama l'attenzione su questo tema, vuole mettere finalmente un punto alla questione ed ottenere #piùdeducibilità – come recita l'hashtag di riferimento dell'iniziativa – chiedendo al Governo l'aggiornamento dei limiti di deducibilità in occasione della stesura della Legge di Bilancio 2024.

“Chiediamo la possibilità di acquistare macchine sicure e confortevoli, ecologiche, capaci di sostenere le nostre percorrenze – dice Alberto Petranzan, presidente Agenti FNAARC – Con gli aumenti dei costi per la mobilità, l'inflazione e la transizione ecologica, non possiamo più aspettare: chiediamo un fisco giusto ed equo anche per la nostra categoria. L'automobile è il bene strumentale primario per svolgere la nostra attività: al pari di un ufficio. Il tetto della deducibilità fermo dai tempi della lira è del tutto inadeguato rispetto ai prezzi del mercato automobilistico ed anche in funzione ambientale”. *La richiesta al Presidente del Consiglio è a firma del presidente della Federazione nazionale, Alberto Petranzan, e di tutti i presidenti delle sedi territoriali Agenti FNAARC: Agrigento, Alberto Panarisi; Alba, Gianluca Vacca; Aosta, Donatello Anello; Arezzo, Egiziano Andreani; Ascoli Piceno, Tullio Luciani; Bari, Gaetano Frulli; Bergamo, Fabio Fracassi; Biella, Lauro Biolcati; Bologna, Roberto Govoni; ANSACAP Bologna, Daniele Graziani; ARAME Milano, Tommaso Ritucci; Bolzano, Elena Montagnoli; Brescia, Silvano Torri; Catania, Antonino Scuto; Cesena, Augusto Patrignani; Como, Santino Ceccato; Cremona, Dino Barbieri; Prov. di Cuneo, Arcangelo Galante; Enna, Salvatore Catania; Faenza, Simone Maretti; Ferrara, Massimo Biolcatti; Foggia, Guido Villani; Genova, Antonio Ferrarini; Grosseto, Valter Bruni; Imperia, Paolo Michelis; Lecco, Andrea Secchi; Livorno, Gadiele Polacco; Lucca e Massa Carrara, Riccardo Romani; Marche Centrali, Francesco Fantazzini; Messina, Salvatore Sciliberto; Milano, Alberto Petranzan; Modena, Davide Govi; Assarco Napoli, Vittorio Mori; Novara, Arturo Lanza; Nuoro, Francesco Pittui; Oristano, Roberto Franzinu; Padova, Carlo Trevisan; Palermo, Vincenzo Salerno;

Parma, Pietro Elio Beltrame; Pavia, Giuseppe Nicolaio; Perugia, Sergio Mercuri; Pesaro Urbino, Sebastiano Giovannelli; Pescara, Guido Pizzoferrato; Piacenza, Claudio Magnelli; Pisa, Domenico Greco; Pistoia e Prato, Giacomo Baldi; Pordenone, Giovanni Tonizzo; Potenza, Angelo Lovallo; Ragusa, Salvatore Ingallinera; Ravenna, Enrico Berardi; Reggio Emilia, Stefano Peterlini; Rovigo, Francesco Tardivello; Sassari, Paolo Murenu; Savona, Maurizio Terzi; Siena, Patrizio Righi; Siracusa, Gianpaolo Genovese; Sondrio, Guglielmo Salvagni; Taranto, Egidio Occhinegro; Teramo, Fabrizio Saccomandi; Terni, Paolo Alunni Pistoli; Torino, Gioacchino S. Mattiolo; Trento, Fabrizio Battisti; Treviso, Giovanni Tomasi; Trieste, Stefano Bianchi; Udine, Massimiliano Pratesi; Varese, Attilio Sbernini; Venezia, Stefano Montesco; Vercelli, Valter Ricci; Vicenza, Paolo Dainese.

Nasce lo Sportello Casa Fimaa Bergamo, professionisti per ogni quesito tecnico

Avvocati, commercialisti, geometri, architetti, assicuratori, amministratori di condominio e notai a disposizione dei soci



Nasce lo Sportello Casa Fimaa-Ascom Confcommercio Bergamo. L'iniziativa, ideata dagli agenti immobiliari e mediatori Fimaa Bergamo, con la collaborazione di professionisti qualificati, risponde all'esigenza di creare un supporto continuo agli agenti

immobiliari e ai loro clienti, offrendo soluzioni alle principali problematiche che la compravendita porta con sé grazie ad una consulenza puntuale, oltre a prendere in esame le opportunità offerte, da bonus e detrazioni fiscali, orientando al meglio la scelta. Lo sportello Fimaa si avvale di un'ampia rete di consulenti: commercialisti, architetti, avvocati, geometri, assicuratori, amministratori di condominio e notai. Allo sportello partecipano attivamente l'Area Tecnica Amministrativa di Ascom Confcommercio Bergamo e Fogalco, la Cooperativa di Garanzia Ascom Confcommercio Bergamo. Grazie alla task-force di specialisti sarà possibile risolvere e prendere in esame la migliore strada da intraprendere per districarsi tra i vari ostacoli alla trattativa, dai contenziosi alle spese condominiali, dalle anomalie catastali agli adempimenti legali e fiscali. In un mercato sempre più complesso e competitivo come quello immobiliare, che vede accrescere la complessità del lavoro dell'agente, anche in termini di adempimenti, lo sportello Casa rappresenta un importante risultato nel percorso di qualifica della professione, oltre che a vantaggio sia di chi compra che di chi acquista casa. Il servizio permette infatti agli agenti immobiliari di avere un punto di riferimento per il confronto e l'aggiornamento professionale, oltre che per la risoluzione di problemi specifici. Lo Sportello Casa contribuisce inoltre ad innalzare le competenze e a migliorare l'efficienza degli agenti immobiliari, valorizzando il loro ruolo nell'intero processo immobiliare. La possibilità di interagire con un'ampia gamma di professionisti può sempre

fare la differenza per risolvere questioni complesse, accelerare procedure e decisioni, assicurando così vantaggi e maggiore soddisfazione dei clienti. “In un momento in cui l’acquisto della casa sta diventando sempre più difficile, con i tassi alle stelle e gli inevitabili effetti sul mercato, con un crollo delle transazioni, è importante poter contare sulla collaborazione con ordini professionali e professionisti- ha sottolineato Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Lo sportello, grazie al contributo dei professionisti, con la maggior parte dei quali già lavoriamo per la stesura del nostro Listino degli immobili, consente di allargare lo sguardo e di risolvere ogni quesito tecnico, innalzando al contempo la professionalità degli agenti a vantaggio di tutti”. Gli agenti immobiliari, grazie ai professionisti, possono così assicurare una consulenza davvero specializzata e qualificata: “Il servizio deve essere all’altezza di un mondo sempre più competitivo e complesso, che purtroppo vede sorgere dall’oggi all’indomani molte ghost agency senza garanzia di servizio- ha sottolineato Oscar Caironi presidente Fimaa Bergamo e coordinatore regionale Fimaa Lombardia-. E’ importante investire nella reputazione per la categoria: gli agenti non sono degli “apriporta” a caccia di provvigioni, ma trattano un bene ad altissimo investimento emotivo, oltre che economico, che impegna le persone per una media di 20 anni. Deve essere prioritario concentrarsi sulla soddisfazione dei clienti e far percepire il valore della professione. A ottobre, grazie a Fimaa, in collaborazione con l’Università La Sapienza di Roma nascerà il primo corso di laurea in Diritto ed Economia della proprietà immobiliare per agenti immobiliari”. Responsabile del progetto è Serena Baschenis, consigliere Fimaa Bergamo, che da commercialista ha scelto di dedicarsi con passione alla professione di agente immobiliare: “Grazie alla preziosa collaborazione dei professionisti, Fimaa fa un importante passo per l’innalzamento della professionalità e qualifica del nostro ruolo. Potersi rivolgere per qualsiasi quesito tecnico a professionisti ed esperti del settore rappresenta un vero

vantaggio per tutti, in primis per i nostri clienti". Tra i professionisti sono intervenuti :il presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Bergamo Francesco Geneletti; Fabrizio Canevisio, consigliere Collegio geometri e geometri laureati della Provincia di Bergamo; Cristiano Angioletti, consigliere ANACI – Associazione Nazionale Amministratori Condominiali e Immobiliari; Raffaella Preda, avvocato Studio Preda; Luca Baj, avvocato Studio legale JLC; Ernesto Nicola Tucci, avvocato Studio legale Associato Avvocati Tucci; Gaetano D'Andrea, avvocato Studio legale D'Andrea; Ciro Bresciani, responsabile commerciale Cabrini Assicurazioni srl.

Lo sportello sarà a disposizione- previo appuntamento- ogni primo giovedì del mese (la prima data è lunedì 5 ottobre) nella sede Ascom Confcommercio Bergamo, in Via Borgo Palazzo, 137.

Mail: sportello.fimaa@ascombg.it , tel: 035.4120135

Borgo Palazzo in festa domenica 24 settembre, tra show e street food

Shopping con sconti e promozioni ed eventi e spettacoli speciali con artisti di caratura internazionale



Conto alla rovescia per la festa di Borgo Palazzo, tra artisti di strada e street food. Ascom Confcommercio Bergamo patrocina e sostiene "La Festa del Borgo", l'ormai tradizionale appuntamento promosso dall'Associazione "Le Botteghe di Borgo Palazzo", giunto alla

sua XIII edizione, che celebra il quartiere di Borgo Palazzo e l'intera città di Bergamo, promuovendo lo spirito del borgo antico, con oltre 800 anni di storia. Durante la festa, che si terrà **domenica 24 settembre 2023 dalle 10 alle 19** lungo la **via Borgo Palazzo**, per 1 kilometro e mezzo si snoderanno eventi, spettacoli e occasione, con oltre 200 botteghe aperte. Anche quest'anno, inoltre, si conferma la partnership pluriennale con il Bergamo Buskers Festival, con la direzione artistica di Marco Pesce. Sono previsti numerosissimi show ed esibizioni in altrettante numerosissime postazioni disseminate lungo la via: le abilità circensi si alterneranno a quelle di caricaturisti, teatranti, trucca bimbi, maghi, fino ad arrivare alle acrobazie di artisti internazionali. Tra street food, spettacoli buskers, musica all'aria aperta, aree sportive, aree dedicate ai più piccoli ed altri eventi e show, l'intrattenimento e il divertimento sono assicurati per tutti. L'edizione, in formato Bergamo Brescia capitale della cultura, vede quest'anno la collaborazione di artisti di caratura internazionale , con ben 12 spettacoli in programma. Nei negozi non mancano sconti e promozioni speciali, che tutti gli esercenti han riservato a clienti e ai numerosi visitatori attesi da tutta la provincia.

Per saperne di più: <https://lebotteghediborgopalazzo.it/festa-del-borgo-2023/>

MADE Film Festival, Ascom e il passaggio generazionale in concorso

“L’impresa familiare tra passato, presente e futuro” a Lo Schermo Bianco venerdì 22 e sabato 23

“L’impresa familiare tra passato, presente e futuro”, il cortometraggio che Ascom Confcommercio Bergamo ha dedicato al passaggio generazionale (realizzato da Indie Studio, Emanuele Bucarelli, Fabio Toschi, 2022, 10’) partecipa al MADE Film festival. Il video, in programmazione venerdì 22 settembre alle 18.20 e e sabato 23 settembre alle 16.40 a Lo Schermo Bianco (Via Daste e Spalenga, 13 a Bergamo) partecipa alla sezione Corporate Movies, dedicata ai film d’azienda contemporanei di qualità. I destinatari principali sono le imprese, gli autori, le case di produzione e le agenzie di comunicazione che hanno lavorato alla produzione di tali opere audiovisive. Con Corporate Movie si fa riferimento a qualsiasi tipo di contenuto video creato e commissionato da un’azienda, un’istituzione, una società, un’organizzazione, un’associazione di categoria, al fine di raccontare se stesse, i propri processi, i propri prodotti e servizi. Tutta la programmazione è disponibile sul [sito](#)

MADE Film Festival, offre un nuovo tipo di sguardo sul mondo della manifattura, uno sguardo che sappia coglierne le sfumature e le complessità, per raccontare la cultura del “saper fare”, dalla grande industria alla piccola e media impresa, fabbrica o laboratorio artigianale. MADE si propone

di, attraverso il filtro della creazione artistica, indagare i vari momenti del processo manifatturiero: l'efficienza dei processi, la riduzione dell'impatto ambientale, il riciclo e il riutilizzo delle risorse primarie, i modelli di innovazione, lo studio, la ricerca e la formazione, il miglioramento delle condizioni lavorative, l'occupazione giovanile.