

Hamburger day: una passione anche italiana

Il 28 maggio si celebra l'Hamburger Day, e quale migliore occasione per celebrare uno dei cibi più apprezzati da grandi e piccini per i pasti fuori casa? Da sempre infatti, questo piatto è sinonimo di pranzo o cena veloce, soprattutto da gustare fuori. Secondo Quandoo, la piattaforma di prenotazione di ristoranti con la più rapida crescita a livello globale, che permette di prenotare in oltre 18.000 ristoranti nel mondo di cui 5.000 in Italia, ogni anno più del 10% dei propri utenti a livello globale sceglie infatti la cucina americana quando prenota il proprio dining out. In Italia la cucina americana è la più scelta dopo quelle italiana e di pesce, raccogliendo un 7% delle preferenze degli utenti. Segno, quest'ultimo, che anche nel Bel Paese gli hamburger sono sempre più apprezzati grazie anche alle nuove versioni che i ristoranti oggi offrono.

Dalle origini....

Ma da dove ha origine questo piatto? Come per tutti i veri e propri "miti", anche per l'hamburger esistono diverse "leggende". La più accreditata vede l'entrata in scena di questa specialità intorno al XV secolo, periodo in cui la carne macinata (alla base della ricetta classica del panino) era considerata un alimento prelibato in tutta Europa ed è qui che l'hamburger è nato e si è diffuso. Nel XVIII secolo Amburgo era il porto più importante del vecchio continente da cui salpavano le navi dirette verso l'America; gli immigrati e i marinai tedeschi in viaggio verso il nuovo mondo portavano con sé le proprie ricette preferite. La comparsa del vero hamburger avviene quindi a New York, i cui porti accoglievano le navi provenienti dall'Europa e in particolare dalla Germania. Lungo i porti, infatti, i baracchini iniziarono a proporre l'hamburg steak, per attirare i marinai tedeschi.

Nel 1826, Delmonico's fu il primo ristorante americano a includere nel proprio menù l'hamburger a New York. Per quanto riguarda la trasposizione americana dell'hamburger, negli anni sono state diverse le attribuzioni relative a chi fu il primo a introdurlo. La versione più accreditata riporta che il luogo natale dell'hamburger sia Tulsa, Oklahoma, a opera di Oscar Weber Bilby che servì il primo vero panino nel 1891 su 'bun', tipico panino dolce. Da allora, l'hamburger ha avuto una diffusione inarrestabile, con l'apertura dei primi fast food a partire dal 1921 che negli anni hanno standardizzato la ricetta e uniformato il processo di realizzazione dei panini in tutto il mondo.

...ai giorni nostri

Ma oggi l'hamburger non è solo fast food. Infatti, negli ultimi anni la tendenza ha visto la trasformazione di questo piatto: nell'ideale comune spesso associato al junk food, il celebre "panino" ha saputo conquistare una nuova posizione fino ad arrivare ad essere considerato una pietanza gourmet, studiata e rivista con alimenti di alta qualità e abbinamenti particolari, anche da chef rinomati. Non solo carne bovina, ma anche burger di pesce, pollo, o verdura. Non a caso, il primo hamburger ad approdare in borsa poche settimane fa è vegano!

L'hamburger in Italia

E in Italia? Se si ha voglia di burger, è possibile scegliere e prenotare la prossima dining experience a base del noto panino su Quandoo. La piattaforma mette a disposizione degli utenti oltre 600 ristoranti che offrono hamburger per tutti i gusti nel nostro Paese. L'offerta principale proviene dalle grandi città come Roma, con 70 locali su Quandoo, e Milano, con 50 ristoranti, seguono Napoli a quota 35, Torino con 25 ristoranti, Firenze a quota 15 e Venezia, Catania e Palermo con 10.

La top 10 degli hamburger più strani

Anche i ristoranti Italiani prenotabili su Quandoo cavalcano il trend dei burger gourmet, offrendo proposte capaci di

soddisfare qualsiasi gusto! Dai burger con i gamberi a quello di ceci, ecco i 10 piatti più particolari:

Hamburger marinato in tequila e lime con guacamole e germogli di crescione;

Burger di quinoa e carote, stracciatella, melanzane alla griglia, pomodoro ramato, cuore di lattuga, pesto senza aglio;

Burger con pane al nero di seppia e sesamo bianco con code di gambero alla piastra, salsa tzatziki, cipolla rossa di Tropea e rucola;

Hamburger di petto di pollo grigliato, coriandolo, insalata, julienne di carote, salsa satay, maionese alle erbe;

Hamburger di agnello, guacamole, formaggio, insalata, maionese alle erbe, relish di pomodoro;

Hamburger di manzo grigliato, bacon croccante, formaggio, insalata, relish di pomodoro, maionese alle erbe;

Hamburger di Wagyu con Gorgonzola, cipolla, funghi;

Burger con carpaccio di salmone affumicato, formaggio spalmabile, avocado, pomodorini secchi su pane alla cipolla;

Hamburger di Fassona, taleggio, peperoni arrostiti, cuore di lattuga, salsa piccante;

Burger di ceci, peperoni alla piastra, salsa tzatziki, insalata, relish di pomodoro

“Da piatto veloce e spesso associato al junk food, l’hamburger è entrato nella tradizione italiana con versioni studiate ad hoc per incontrare il gusto raffinato degli utenti del nostro Paese”, commenta Andrea Favarato, VP Southern Europe di Quandoo. “La passione verso questo piatto si può notare dal numero crescente di prenotazioni e dei locali che offrono nei loro menù burger gourmet o ricercati. Mettendo a confronto il primo trimestre 2018 con il primo del 2019, abbiamo registrato a livello mondiale una crescita del 110% di utenti che scelgono di prenotare un ristorante che serve hamburger. In Italia, nello stesso periodo, l’incremento arriva a un +214%. Segno del completo sdoganamento degli hamburger, entrati a pieno titolo come uno dei cibi preferiti per le cene fuori

casa, dopo la cucina italiana in generale”.

Quandoo

Quandoo è la piattaforma di prenotazione per i ristoranti in tempo reale che sta registrando la più rapida crescita a livello globale. In meno di 6 anni, Quandoo ha raggiunto 12 Paesi e ospitato più di 135 milioni di clienti in oltre 18.000 ristoranti. La tecnologia di Quandoo fornisce a ristoranti e utenti gli strumenti necessari per rendere un pranzo o una cena un momento davvero unico di degustazione delle specialità locali e non. Con headquarter a Berlino e sedi in Austria, Svizzera, Italia, Turchia, Regno Unito, Hong Kong, Finlandia, Singapore, Australia e Paesi Bassi, i fondatori puntano a far diventare Quandoo il marketplace leader nel mondo per le esperienze legate al cibo e al settore food. Quandoo fa parte di Recruit Holdings e con le sue consociate HotPepper e AirRegi costituisce la più grande azienda di software e marketing per ristoranti al mondo. Quandoo conta nel proprio team oltre 500 persone provenienti da 50 Paesi.

È online il nuovo portale di Ascom dedicato alle imprese storiche bergamasche

È online il nuovo portale di Ascom Confcommercio Bergamo, “Rete Imprese Storiche di Bergamo”, dedicato alle imprese storiche bergamasche. L’obiettivo dell’associazione è quello di valorizzare tutte le imprese del commercio, turismo e servizi che hanno più di 25 anni di attività.

Con la rete delle imprese storiche, Ascom offre alle attività più longeve di Bergamo e provincia un marchio, un sito

internet e servizi di assistenza e consulenza su misura per aiutarle nella promozione dell'attività.

Chi entra a far parte del circuito sarà riconoscibile da una vetrofania, da un attestato e dalla pubblicazione della loro storia e delle foto più significative sul sito www.reteimpresestoriche.it.

Ad oggi sono circa 30 le attività, suddivise per i settori Food & Wine, Alimentari, Strutture ricettive, Bar e intrattenimento, Moda e stile, Commercio no food, Arredo casa, Auto moto e bici, Servizi, che hanno aderito al progetto.

Aderire è molto semplice. Basta compilare un format predisposto sulla pagina del sito www.reteimpresestoriche.it, che richiede i dati e la storia dell'azienda oltre ad alcune foto significative recenti e/o storiche.

Il riconoscimento e l'adesione al progetto sono totalmente gratuiti. Il sito internet mette a disposizione di ogni attività una pagina dedicata con recapiti, fotografie, presentazione dell'attività e volendo un video di presentazione. Navigando tra le pagine il visitatore potrà così conoscere gli indirizzi, la storia, e il lavoro e la passione che c'è dietro ciascuna attività. Una volta all'anno è prevista anche l'organizzazione di una festa per tutte le aziende iscritte alle quali si consegneranno attestato e vetrofania.

All'iniziativa possono partecipare anche i panificatori iscritti ad Aspan.

Le imprese interessate ad aderire al circuito possono contattare Simona Nessi di Ascom Confcommercio Bergamo al tel. 035.4120183 e all'indirizzo simona.nessi@ascombg.it – www.reteimpresestoriche.it



COME ADERIRE

Se la tua attività ha più di 25 anni, e vuoi fare parte di "Rete Imprese Storiche Bergamo" vai alla pagina www.reteimpresestoriche.it/comeaderire.html e compila la scheda di adesione al progetto. Oppure chiama in Ascom e ti aiuteremo noi.

L'adesione è gratuita e dà tanti vantaggi.

È un servizio della tua Associazione per valorizzare e certificare la tua pluridecennale esperienza, la tua sicura competenza e l'alta qualità della tua offerta commerciale.



Ascom Confcommercio Bergamo
Imprese per l'Italia
24125 Bergamo - Via Borgo Palazzo 137
Tel. 035 4120304
soci@ascombg.it
www.reteimpresestoriche.it



La tua impresa ha più di 25 anni?

Aderisci alla Rete delle Imprese Storiche di Bergamo. Insieme diamo il giusto valore alla tua attività.



Entra in "Rete Imprese Storiche Bergamo"

È il circuito promosso da Ascom che valorizza le imprese bergamasche in attività da oltre 25 anni: non semplici esercizi commerciali, ma vere e proprie realtà che fanno parte di un patrimonio e di una tradizione da conservare e da valorizzare.

Far parte di "Rete Imprese Storiche Bergamo" significa avere a disposizione strumenti che permettono di promuovere ulteriormente la propria attività, aver maggior visibilità e tutte le attenzioni che un'impresa in attività da oltre 25 anni si merita.

Non è un semplice riconoscimento, ma una concreta collaborazione che Ascom offre ai suoi associati più longevi.



Negozi, botteghe, bar, ristoranti, alberghi e tutte le imprese del commercio, turismo e servizi sono la ricchezza di un territorio; sono i protagonisti della qualità della vita di tutte le persone.

I VANTAGGI A COSTO ZERO

Ascom attraverso il portale www.reteimpresestoriche.it, un marchio esclusivo e un attestato, offre gratuitamente, visibilità alle imprese bergamasche e suscita la curiosità dei consumatori.

I SERVIZI AGGIUNTIVI

Ma c'è di più. A pagamento Ascom mette a disposizione una serie di servizi che aiutano a mettersi in mostra e a comunicare al meglio: ufficio stampa, servizio fotografico, pianificazione pubblicitaria. Insieme valorizziamo il tuo lavoro!

Gli strumenti offerti da Ascom Confcommercio Bergamo per la valorizzazione dell'impegno e del lavoro delle Imprese storiche



VETROFANIA

Un marchio esclusivo per comunicare a tutti la propria passione e soprattutto la propria esperienza.



PERGAMENA

Un attestato che certifica l'appartenenza a "Rete Imprese Storiche Bergamo".



UN PORTALE

Un sito dedicato per far conoscere alla clientela, attuale e futura, la qualità dei prodotti e la professionalità, garantiti dall'esperienza.



LA TUA PAGINA PERSONALE

Una pagina dedicata a ciascuna impresa in un contesto prestigioso e visitato.

www.reteimpresestoriche.it

Firmato l'accordo sulla

stagionalità nel terziario e sulla formazione 4.0

Intesa trovata tra Ascom Confcommercio Bergamo e le Organizzazioni sindacali sulla stagionalità nel terziario e sulla formazione 4.0. La firma degli accordi è avvenuta ieri nella sede dell'Associazione commercianti di via Borgo Palazzo.

L'accordo sulla stagionalità nel terziario prevede la possibilità di assumere personale a tempo determinato per ragioni di stagionalità – ad esempio un commesso – senza limiti numerici per tutte le attività del Terziario situate nei Comuni turistici della provincia di Bergamo elencati nell'accordo che applicano il CCNL Terziario Distribuzione e Servizi e che sono fortemente condizionate da un'intensificazione dell'attività in alcuni periodi dell'anno. L'accordo ha validità nei periodi connessi allo svolgimento di manifestazioni e iniziative promozionali e/o commerciali e nei periodi di intensificazione stagionale e/o ciclica dell'attività in seno ad aziende ad apertura annuale nei periodi dal 1 giugno al 30 settembre e dal 1 dicembre al 31 marzo.

Riguardo alla Formazione, il Contratto Collettivo Territoriale consente alle imprese associate ad Ascom Confcommercio Bergamo, che rispettano integralmente il CCNL del Terziario, di poter beneficiare di un credito di imposta per le spese relative al costo aziendale del personale dipendente per il periodo in cui è occupato in attività di formazione, negli ambiti richiamati dal Piano Nazionale Impresa 4.0. La Legge di Bilancio 2019 prevede che tale credito d'imposta possa essere fruito nella misura del 50% dalle piccole imprese e del 40% dalle medie imprese, fermo restando il limite massimo annuale di 300.000 euro. Per le grandi imprese la misura è del 30% nel limite massimo annuale di 200.000 euro.

I due accordi riguardano circa 20 mila piccole e medie imprese per un totale stimato di 50 mila lavoratori.

“Un accordo importante quello della stagionalità per l’economia del nostro territorio e per i lavoratori – spiega il responsabile Politiche del lavoro, welfare e relazioni sindacali di Ascom Confcommercio Bergamo, Enrico Betti -. Con la firma di questo accordo, peraltro frutto di una lunga e articolata trattativa, diamo risposta ad un’esigenza sentita dalle imprese locali del commercio e dei servizi, che devono poter gestire i picchi di lavoro durante l’anno senza le limitazioni previste dalle nuove normative sui contratti a termine. Era fondamentale dare uno strumento di flessibilità alle nostre imprese del commercio che si trovano a dover affrontare un flusso di lavoro maggiore durante determinati periodi dell’anno. L’accordo sul credito d’imposta previsto dalla legge di bilancio per le attività formative è parte di un percorso che vede la nostra Associazione impegnata nello sviluppo della formazione come leva strategica per la competitività dell’impresa e per il consolidamento delle competenze dei nostri collaboratori”.

“E’ una firma che attendevamo da tempo – afferma Alberto Citerio, segretario generale Fisascat Cisl Bergamo – e che oggi consegna al territorio la possibilità di offrire lavoro di migliore qualità e professionalità, tra l’altro per una platea molto ampia di lavoratori. L’intesa di oggi definisce gli ‘stagionali’ del commercio in località turistiche e in periodi di maggiore attrattività con trattamenti contrattuali sicuri e garantiti, grazie anche all’intervento della bilateralità, e prende atto dell’esigenza delle attività, consentendo di utilizzare in maniera stagionale una forma di contratto, quello a termine, invece di altre forme atipiche e flessibili. Inoltre l’innovazione attraverso la formazione favorita dall’accordo formazione impresa 4.0 è elemento strategico per tutto il settore”.

“In uno scenario dove spesso il ricorso al lavoro

iperflessibile non ci sembra essere così raro, abbiamo trovato una sintesi – afferma Mario Colleoni, segretario generale della Filcams – per cercare di valorizzare la buona occupazione nei periodi di lavoro stagionale. Tratto per noi fondamentale è il monitoraggio previsto rispetto agli effetti che avrà questa intesa. Sarà importante, rispettare i principi tracciati da questo accordo, che prevedono l'utilizzo dei lavoratori stagionali solo in alcuni periodi dell'anno ed esclusivamente a fronte di picchi di lavoro o in presenza di manifestazioni temporanee, valorizzandone le professionalità, stimolando la formazione degli stessi, introducendo il diritto di precedenza nel caso l'azienda in un'altra stagione avesse ancora bisogno degli stessi lavoratori e incentivando le imprese, laddove si riveli l'attività non essere più solo stagionale, ad assumere i lavoratori a tempo indeterminato. Sul capitolo relativo alla formazione, dato l'impatto che le nuove tecnologie stanno avendo in alcune aree del Terziario quali Commercio Servizi e Turismo, fondamentale è stimolare la buona formazione affinché la stessa giochi un ruolo importante per i lavoratori in relazione ai costanti cambiamenti in essere nell'economia italiana. L'accordo siglato può rappresentare una base per valorizzare la formazione in relazione ad un'adeguata analisi e conoscenza di quelle che vogliono essere le politiche economiche e commerciali che verranno definite e che ci auguriamo saranno in grado di valorizzare il tema del lavoro di questa Provincia e di questo Paese”.

Maurizio Regazzoni, Segretario Generale della Uiltucs Uil, conferma che: “L'accordo firmato oggi dà più attenzione alla promozione di un lavoro qualificato nelle località turistiche che può dare nel tempo il passaggio ad un'occupazione stabile. L'implemento della formazione prevista nell'accordo Formazione 4.0 sarà la parte propedeutica all'inserimento nel settore delle tematiche delle nuove tecnologie anche attraverso il monitoraggio della bilateralità”.

[Accordo tempo determinato](#)

[Accordo formazione impresa 4.0](#)

Conoscere per agire, così nasce l'Osservatorio del terziario Ascom

Conoscere, approfondire e agire. Potrebbe essere questo lo slogan di Ascom Confcommercio Bergamo per i prossimi anni. L'Associazione commercianti di via Borgo Palazzo, nel corso dell'Assemblea Annuale svoltasi lo scorso lunedì 20 maggio, ha presentato il nuovo Osservatorio del terziario. Si tratta di un lavoro di ricerca che semestralmente fornirà un aggiornamento sia sugli andamenti delle imprese del settore sia un approfondimento su un argomento specifico di attualità.

“E' importante e strategico per la nostra Associazione, in un momento di grande cambiamento come quello attuale, conoscere in modo più approfondito il nostro tessuto imprenditoriale sia a livello quantitativo che qualitativo. E' fondamentale per noi conoscere i bisogni delle nostre imprese perché ciò significa avvicinarsi molto di più alle richieste e dare risposte pronte e soddisfacenti – spiega Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo-. Il nostro Osservatorio inoltre arricchirà lo studio che trimestralmente Camera di Commercio mette a disposizione delle imprese e delle Associazioni sugli andamenti quantitativi legati a produzione, esportazione e lavoro”.

L'Osservatorio di Ascom consentirà, così, di capire molto più velocemente come cambiano gli scenari e le necessità delle

imprese del terziario. “Sono infatti le imprese stesse a misurarsi sui mercati e a dover anticipare scelte strategiche necessarie per sopravvivere o svilupparsi – afferma Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo-. La prima ricerca di approfondimento presentata è stata, per esempio, un focus su lavoro, competenze e formazione. Un tema che ci sta particolarmente a cuore, in quanto è proprio la competenza di imprenditori e lavoratori l’elemento chiave per la competizione economica nei prossimi anni”.

Tre gli strumenti che Ascom metterà a disposizione dei suoi associati: il ‘Diario economico’, il ‘Rapporto sul terziario’ bergamasco e un ‘focus’ specifico su un argomento di attualità.

Il ‘Diario economico’ del territorio analizzerà il tessuto imprenditoriale della nostra provincia raffrontando a livello nazionale il numero delle imprese, il dato degli occupati, il valore aggiunto, i saldi tra aperture e chiusure, il clima di fiducia dei diversi settori – manifattura, costruzioni, commercio e servizi – e dei consumatori. “Conoscere il clima di fiducia di imprese e consumatori è per esempio fondamentale per definire sia i programmi di investimento che i piani di aumento dell’organico di ciascuna azienda” commenta Fusini.

La ricerca ‘Terziario Bergamo’ semestralmente entrerà nello specifico dei settori del commercio, turismo e servizi analizzando il clima di fiducia, l’andamento congiunturale e l’accesso al credito.

Il ‘focus’ avrà ogni semestre un argomento specifico. “Sono diversi gli argomenti che si vorrebbero analizzare nel dettaglio, tra questi i cambiamenti in atto, i nuovi stili di vita e i nuovi consumi, le esigenze delle imprese sia in termini di competenze che finanziarie, l’accesso alle nuove tecnologie, lo sviluppo dell’internazionalizzazione, l’innovazione, la sicurezza fino al grado di soddisfazione per l’operatore della pubblica amministrazione” spiega Fusini

Le ricerche sono commissionate a Format Research, istituto di

ricerca Romano che collabora con Confcommercio nazionale e con le sue federazioni e associazioni.

Tutte le ricerche saranno pubblicate sul sito di ascom www.ascombg.it nella sezione news&comunicazioni.

Nati per Leggere: premiata dal Gruppo Librai Ascom la prima piccola lettrice

È stata effettuata, in Ascom Confcommercio Bergamo, la prima premiazione dell'iniziativa "Nati per Leggere 2018" promossa dal Gruppo Librai e Cartolai di Ascom.

La piccola lettrice, Giada Reduzzi, ha ricevuto il buono da 50 euro per l'acquisto di libri per bambini offerti dal Gruppo di Ascom.

La categoria ha messo a disposizione 10 buoni da 50 euro per l'acquisto di libri per bambini che con il progetto "Nati per leggere", attraverso molteplici azioni di sensibilizzazione, ha lo scopo di creare l'abitudine in famiglia a leggere ai bambini fin da piccolissimi.

Come ha spiegato il presidente del Gruppo Librai e Cartolai di Ascom Bergamo, Cristian Botti: "Le famiglie che hanno partecipato agli incontri del progetto, hanno lasciato i loro dati, ovvero nome, cognome e recapito di riferimento, per poi poter partecipare all'estrazione di 10 buoni da 50 euro, offerti dal Gruppo Librai. Il Gruppo Librai Ascom sostiene con questa iniziativa la divulgazione della cultura e della lettura nei bambini. Le iniziative per i piccoli lettori sono

state parecchie durante l'anno scorso e il riscontro è sempre stato positivo. Inoltre, la collaborazione con il sistema bibliotecario aiuta a far crescere il numero dei piccoli lettori che saranno i lettori del futuro”.

Tra gli appuntamenti della manifestazione, che si ripete dal 2003, c'erano in programma letture, esposizioni di libri, laboratori, merende e incontri rivolti ai genitori per parlare di libri e lettura ai bambini in età prescolare.

Incontro in Ascom con i candidati sindaco del Comune di Bergamo

A soli quattro giorni dal voto, i quattro candidati sindaco di Bergamo si sono dati appuntamento in Ascom Confcommercio Bergamo per un confronto organizzato da Imprese & Territorio, il Comitato Unitario che riunisce 10 Associazioni d'Impresa locali in rappresentanza di circa 90.000 imprese e 314.000 addetti (Associazione Artigiani – Ascom – Apindustria – Coldiretti – Cia – Confcooperative – Confesercenti – Cna – Fai – Lia).

Il sindaco di Bergamo, Giorgio Gori, e i suoi sfidanti Nicholas Anesa, Francesco Macario e Giacomo Stucchi hanno presentato il loro programma sulle tematiche più sentite dai commercianti, ma anche sul turismo, l'economia e molto altro.

Il Presidente del Comitato Unitario, Alberto Brivio, affiancato dai Presidenti delle Associazioni aderenti, ha aperto il dibattito sintetizzando le priorità delle micro, piccole e medie imprese del territorio: il sostegno alle

attività commerciali ed artigianali in città, la promozione del territorio, il sostegno all'economia circolare, le richieste in materia di viabilità e circolazione delle merci, l'attenzione alla sburocratizzazione per le attività economiche, il piano casa e l'attenzione al welfare locale.

Sulla promozione del territorio e il sostegno al commercio, Brivio ha notato che occorre prevedere la possibilità di attrarre attività commerciali e artigianali nuove e innovative, mettendo a disposizione delle aree, comprese anche quelle dismesse, ma con incentivi e premialità che vadano a calmierare per i primi anni la pressione fiscale comunale, garantendo una semplificazione e un'accelerazione per il disbrigo delle incombenze burocratiche.

Per quanto riguarda la semplificazione burocratica ritiene necessario che il comune prosegua in una attività di semplificazione al fine di offrire un servizio di maggior efficienza nei rapporti con le imprese, mentre sulla lotta all'abusivismo ha chiesto azioni relative promosse dal comune in collaborazione con tutti i soggetti interessati, con finalità di monitoraggio e controllo. Inoltre, la tassazione locale, secondo Brivio, suscita preoccupazione per via dello squilibrio tra utenze domestiche e non domestiche, mentre serve una concreta strategia per favorire una riconversione verde nel suo complesso. Riguardo la viabilità c'è necessità di un piano per la valorizzazione delle reti commerciali esistenti e nuove proposte per la mobilità e sosta. Ovviamente, il turismo è importante per Bergamo e quindi occorre insistere con azioni mirate a supportare il turismo in città.

Su queste tematiche il candidato Nicholas Anesa ha notato: "È fondamentale porre le attività commerciali al centro dei nostri progetti. Incentivare le aperture con l'abbattimento dei costi e con incentivi sull'Imu. Ci sono dei costi eccessivi e il rischio è che queste piccole attività chiudano e che così si perderà l'anima dei nostri negozi che deve

esistere nelle città come la nostra. Serve lo snellimento delle pratiche con un dialogo tra attività e istituzioni e una seria politica che ci aiuti ad evitare l'apertura di negozi a 'fotocopia'. Dobbiamo regolamentare quali negozi aprono e dove, per far sì che non si vedano le serrande abbassate. Bergamo lotta con i centri commerciali che sono molto competitivi, mentre il nostro centro sta morendo. Sulla viabilità siamo una città che si sposta su quattro ruote, mentre dobbiamo rivedere il trasporto pubblico incentivandolo con le bici e ampliando le piste ciclabili. D'altronde il turismo è uno degli strumenti più potenti; quindi va fatto un serio piano strategico per tutta la zona e non solo per il centro della città".

Il sindaco di Bergamo, Giorgio Gori, ha affermato: "Ho cinque anni di lavoro alle spalle e di relazione molto stretta col lavoro a differenza dei miei colleghi. Credo siano stati anni positivi, non senza difficoltà ma anni in cui Bergamo ha rilanciato la propria posizione in tante classifiche soprattutto sul tema dell'innovazione. Senza avere deleghe dirette abbiamo segnalato che il lavoro fosse la nostra priorità e ciò si è tradotto in una collaborazione con le rappresentanze del lavoro tra cui Imprese & Territorio che ha contribuito a fare un passo avanti. Bergamo è il quartiere centrale di una conurbazione molto estesa con diversi comuni. Manca un sistema istituzionale politico amministrativo, però, e questo è un grandissimo limite, siamo rimasti al volontariato e all'adesione spontanea di alcuni sindaci. Direi che era una delle cose che mi ero promesso di fare ma non ci sono riuscito".

Sulle priorità, l'economia i negozi di vicinato e la viabilità ha notato: "Non mi aspetto un periodo facile. La flat tax mi risulta impossibile e credo che dopo le elezioni i nodi arriveranno al pettine e pagheremo noi. Invece dobbiamo lavorare insieme. Serve un'amministrazione competente e relazioni solidi per selezionare le priorità. I negozi di

vicinato sono aumentanti, come le attività di somministrazione al pubblico e anche le attività ricettive. Nell'insieme ci sono 244 attività commerciali in più. Credo che il commercio abbia sfide molto rilevanti e per questo abbiamo cercato di tonificare il tessuto commerciale. L'altra sfida è l'e-commerce e dobbiamo focalizzarci sulla formazione dei commercianti, importando le nuove esperienze e cercando di dare una mano ai nostri esercenti, mentre intendiamo di aiutare con bandi i negozi di vicinato. Siamo di fronte ad una società molto frammentata in cui molte persone vivono in solitudine e dobbiamo lavorare per tenere insieme la società: questo credo lo si possa fare a livello di quartiere. Pensiamo alla riduzione dell'Imu a chi affitta ai giovani e a modulare la Tari: chi produce meno rifiuti paga di meno così si incentiva l'economia circolare. Se vogliamo ridurre il consumo di plastica dobbiamo aumentare i punti di distribuzione di acqua in giro per la città. Un tema rilevante è la viabilità. E' in progetto un'operazione importante nei prossimi dieci anni per ridurre il traffico di ingresso in città. Mancano le infrastrutture che siano solide alternative alle automobili; dobbiamo avere il modo di arrivare a Bergamo in treno e tranvia".

Il candidato Francesco Macario ha parlato del settore del commercio che sta attraversando una crisi strutturale. "Il lavoratore -ha notato- è anche consumatore, quindi avendo meno soldi in tasca consuma meno e questo è un elemento di ulteriore recessione. Inoltre, dopo la fase dello sviluppo dei centri commerciali, segue la sfida dell'e-commerce, che funziona. Ma c'è anche bisogno di puntare su alcuni settori come il Km zero e favorire la merce del territorio creando un marchio di garanzia di qualità".

Il candidato Giacomo Stucchi ha osservato che c'è stata una diminuzione di attività commerciali a Bergamo e che bisogna verificare se ci sono delle forme di premialità per chi svolge attività in situazioni disagiate, perché "se non hai

prospettive non apri il negozio. Bisogna agire con una serie di interventi per aiutare chi vuole aprire un'attività e mantenere in vita i negozi che stanno soffrendo, anche chi è un riferimento storico, come quelli che hanno ricevuto riconoscimenti importanti ma hanno difficoltà ad andare avanti. Ci deve essere un'attenzione in più al commercio, non solo in centro. Sulla lotta all'abusivismo vanno aggiornati i regolamenti esistenti, guardando Bergamo di oggi e non di dieci anni fa. Bisogna capire quali sono i bisogni perché i regolamenti devono essere sintonizzati con le aspettative economiche. La lotta all'abusivismo credo sia una mission prioritaria per tutti noi".











Meno profili tecnici e più marketing e digitale. La rivoluzione delle competenze nel terziario

Qualcosa sta cambiando, anche a vista d'occhio, ma è ancora difficile realizzarlo in pieno senza il beneficio dei numeri. Negli ultimi mesi l'ottima affluenza -quasi insolita- ai seminari sulla comunicazione web e social organizzati da Ascom

ci dà un segnale. Si stanno iscrivendo i titolari e i familiari -i jolly di ciascun impresa- , perché oltre a dirigerla cercano -per lungimiranza, competenze e dedizione- di ricoprire i ruoli che mancano. Poi quando diventerà possibile, sostenibile e se troveranno la figura giusta assumeranno personale adeguato alla mansione..

La ricerca 'Focus su lavoro competenze e formazione' commissionata da Ascom Confcommercio Bergamo a Format Research e presentata in assemblea Ascom 2019, mette a fuoco l'accelerazione nel cambiamento, le esigenze pressanti delle imprese del terziario orobico e il deficit di competenza nel lavoro. Infatti i numeri sono chiari: solo l'8,4% delle imprese del terziario dichiara di aver aumentato l'organico negli ultimi sei mesi, mentre il 47% di chi non l'ha fatto afferma che ne avrebbe avuto bisogno. Quasi un'impresa su due (43,1%) ha espresso che avrebbe volentieri assunto ma non è stato possibile per diversi motivi: il 5,8% per la situazione economica dell'impresa, il 25,7% per la scarsa fiducia data dall'instabilità della situazione economica e politica, il 68,4% per l'assenza di un profilo adeguato. Facendo i conti sono un'enormità: numericamente oltre 13.500 su 46.157 imprese del terziario hanno rinunciato, nell'ultimo semestre, ad un nuovo addetto o forse più.

L'importanza delle competenze è confermata dalle modalità di selezione. Le imprese in fase di assunzione assegnano maggiore rilevanza alle competenze professionali (56,3%) più ancora che all'esperienza pregressa, comunque collegata alle competenze (36,9%), o all'età (10,1%) o al titolo di studio (6,8%).

Le imprese del nostro territorio e dei nostri settori stanno puntando sulle competenze. L'89,1% delle imprese del terziario ritiene che un'adeguata formazione giochi un ruolo strategico nell'individuazione di personale qualificato, soprattutto nel settore del turismo (94,7%). E' finito il tempo del "vanno bene tutti" oppure dell'"imparerà in bottega".

Ma quali sono i nuovi profili? Le imprese hanno le idee chiare sui fabbisogni formativi: marketing, vendita e relazione con il cliente valgono un terzo delle necessità (28,9%), con prevalenza delle imprese del commercio (32,3%) e del turismo (addirittura un 40,5%); se aggiungiamo le competenze digitali, social e vendite on line si arriva al 66% del fabbisogno complessivo. Le lingue straniere si fermano al 14,8%, dato che indica che è ormai un'emergenza del vecchio secolo ormai superata.

Le imprese hanno già compreso che non esiste solo un problema di deficit tra offerta e domanda di lavoro, ma anche di trasformazione. Il processo di modernizzazione comporterà un profondo mutamento dei profili professionali ricercati dalle aziende. Un'impresa su 20 del terziario (5,2%) ritiene che oltre il 9% – quindi un lavoratore su dieci – nei prossimi due anni ricoprirà una professionalità nuova per l'impresa e addirittura il 4,5% anche per il mercato. Le nuove professionalità ruoteranno intorno al web: web marketing strategist (25,2%) e il web analyst (10,8%).

Paradossalmente le imprese del terziario rilevano che il maggior fabbisogno occupazionale nei prossimi due anni sarà nelle aree della comunicazione (24,7%) e marketing (19,6%), addirittura più dell'area tecnica (+ 16,3%). Fa riflettere pensare che queste erano mansioni ritenute strategiche ma residuali negli altri scorsi. Se non è una rivoluzione culturale questa, poco ci manca!

Assemblea generale di Ascom:

competenze e formazione essenziali per lo sviluppo

Per crescere o quando meno sopravvivere, le imprese del commercio dovranno aumentare le proprie competenze intese come unione di conoscenza ed esperienza, che mixa il sapere con il saper fare. E quindi investire nella formazione. È questo il messaggio principale emerso nel corso dell'assemblea Ascom tenutasi ieri nella sede di via Borgo Palazzo a Bergamo. L'incontro, al quale hanno partecipato tutti i rappresentanti di Ascom e le autorità locali, ha fatto il punto sui risultati raggiunti quest'anno dall'associazione commercianti e tracciato le strategie per il futuro.

Giovanni Zambonelli, nella sua prima relazione da presidente Ascom nell'assemblea, ha toccato tutti i punti critici: la pressione fiscale e il possibile aumento iva, l'aumento del costo del lavoro e della burocrazia, dalla fatturazione elettronica, al nuovo adempimento dell'invio telematico dei corrispettivi che scatterà dal 1 luglio, sino alla novità dello scontrino fiscale legato ad una lotteria a partire dal prossimo anno; e ancora, le eccessive aperture di medie e grandi strutture commerciali e lo strapotere del commercio online. A questo proposito il presidente di Ascom ha sottolineato quanto sia sempre più urgente una perequazione fiscale reale tra i negozi in rete e quelli di vicinato. Zambonelli ha quindi affermato l'importanza di sostenere con sgravi, contributi e servizi i negozi che sono già sul mercato, in particolare quelli di montagna e quelli storici, rendendo più selettivi gli incentivi alle nuove imprese "per evitare di scoprire che l'imprenditore ha chiuso dopo poco l'avvio e i contributi non sono mai arrivati o addirittura li deve restituire".

Il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, è intervenuto all'assemblea con un video saluto, mentre sono intervenuti il

sindaco di Bergamo, Giorgio Gori, il presidente della provincia di Bergamo, Gianfranco Gafforelli, l'assessore al turismo e marketing territoriale di Regione Lombardia, Lara Magoni, il presidente della Camera di Commercio di Bergamo, Paolo Malvestiti e il presidente di Imprese & Territorio, Alberto Brivio.

Del futuro del commercio hanno parlato anche due esperti. Secondo la ricerca "Il valore della competenza nella transizione in corso" condotta da Enzo Rullani, professore di economia della conoscenza alla Venice International University, le imprese devono sviluppare nuove competenze per la digitalizzazione; per il passaggio da un'offerta di beni e servizi a un'offerta di sistemi integrati da parte di più imprese; e per il lavoro intraprendente ovvero per modelli innovativi di lavoro, in una logica di lavoro a rete. Secondo la ricerca "Focus: Lavoro, competenze e formazione" presentata da Pierluigi Ascani, presidente di Format Research, circa l'8% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo dichiara di aver incrementato l'organico tra ottobre 2018 e marzo 2019, tre le imprese che non hanno incrementato l'organico il 47% ne avrebbe bisogno e l'89% delle imprese ritiene importante la formazione al fine di migliorare le competenze dei candidati, mentre quasi il 29% delle imprese del turismo, del commercio e dei servizi rileva un fabbisogno formativo del personale nell'area marketing, dell'informatica e le nuove dinamiche di consumo.

L'assemblea si è chiusa con la parte associativa: l'elezione del Revisore dei conti (art. 23 statuto), l'approvazione del bilancio 2018 e del rendiconto preventivo per il 2019.















Conclusa la prima “Serendipity Wines” con 33 medaglie d’oro

Si è conclusa con successo la prima edizione del Concorso enologico internazionale Serendipity Wines, una manifestazione che ha visto Bergamo e il nostro territorio protagonisti mondiali dell’enologia. L’iniziativa è nata per favorire l’incontro inaspettato e piacevole con vini speciali, capaci

di emozionare, di trasmettere sensazioni positive e totalmente inaspettate. L'idea è stata quella di portare il pubblico a scoprire quei vini che, nella vita di tutti i giorni, risultano più difficili da incontrare.

Serendipity è un termine inserito nella lingua inglese colloquiale, ha un'origine antica e affascinante e ha come obiettivo portare all'attenzione emozioni assolutamente inaspettate, quasi per caso, nel corso di altre imprese.

Più nello specifico, i vini ammessi al Concorso Enologico Internazionale "Serendipity Wines" sono vini passiti, liquorosi, fortificati e aromatizzati.

Si tratta di tutti quei vini che, nel corso degli anni, hanno ricevuto le più varie definizioni: da meditazione, da rilassamento, da conversazione ... ecco, a noi piace definirli Serendipity Wines, i vini inaspettati che ti sorprendono in maniera positiva e ti lasciano un'emozione.

Il Concorso Enologico Internazionale "Serendipity Wines" è promosso dall'Associazione Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori Bergamaschi sotto la supervisione dell'Organisation de la Vigne et du Vin (OIV) e con il supporto scientifico del Centro Studi Assaggiatori di Brescia.

Venerdì 17 maggio una giuria di esperti tra tecnici, enologi e giornalisti, ha valutato i 124 campioni di vino presenti (passiti, liquorosi, fortificati e aromatizzati) giunti da tutto il mondo.

Sabato mattina, presso la sala consiliare del Comune di Scanzorosciate, al termine della tavola rotonda, sono stati eletti i vini vincitori con 33 medaglie d'oro e 5 d'argento. Tra i bergamaschi sono stati premiati 6 produttori di Moscato di Scanzo (Tallarini, Cavalli Faletti, Fejoia, La Rodola, De Toma, Magri Sereno) e 3 aziende che producono Valcalepio Moscato Passito (Cantina Sociale Bergamasca, Tallarini, Orsini Giuseppe).

Sabato e domenica l'attenzione si è spostata sul banco d'assaggio aperto al pubblico e allestito nel chiostro dell'Abbazia benedettina di San Paolo d'Argon. Tutti hanno avuto la possibilità di degustare i migliori vini alla presenza dei numerosi soci della Strada, tra i quali segnaliamo Regione Lombardia, Consorzio Tutela Valcalepio, Aspan Panificatori Bergamaschi, Il Rudere di Ranica, Fejoia e Il Cipresso di Scanzorosciate, Cantina Sociale Bergamasca di San Paolo d'Argon, Medolago Albani di Trescore Balneario, La Rovere e Quattroerre di Torre dè Roveri, Arrigoni di Pagazzano, IBS di Azzano San Paolo e Quattro Portoni di Cologno al Serio. Nella due giorni era presente la Fondazione ISB di Torre Boldone, con docenti e ragazzi che hanno aiutato nello svolgimento sia del Concorso che del banco d'assaggio.

“Come prima edizione del Concorso Enologico Internazionale Serendipity Wines non possiamo che essere ampiamente soddisfatti per il risultato ottenuto nell'individuare un modo alternativo per promuovere il nostro territorio – commenta Enrico Rota, presidente della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca -. Con Serendipity Wines abbiamo messo sotto i riflettori la nostra provincia e le sue produzioni (non solo enologiche). Anche il banco d'assaggio dei vini vincitori ha ricevuto importanti consensi: un ringraziamento particolare agli enti e ai produttori presenti che hanno deciso di sostenere la nostra manifestazione”.









Oggi l'assemblea generale di Ascom Confcommercio Bergamo

Oggi, lunedì 20 maggio 2019, a partire dalle ore 15.00 alla Sala Conferenze della sede di via Borgo Palazzo 137 si terrà l'assemblea annuale dei soci Ascom Confcommercio Bergamo.

L'appuntamento è l'occasione in cui l'associazione incontra soci e autorità della provincia per fare il punto sui risultati raggiunti e delineare gli obiettivi futuri.

L'assemblea ha per titolo "Competenze per competere. I nuovi paradigmi del cambiamento" e avrà al centro del dibattito i nuovi paradigmi del cambiamento per il commercio, il turismo e i servizi.

Il pomeriggio si aprirà con la relazione del presidente di Ascom, Giovanni Zambonelli, e con i saluti delle autorità.

Alle ore 16.00 seguiranno gli interventi di Pierluigi Ascani, presidente di Format Research, che presenterà la ricerca "Focus: Lavoro, competenze e formazione" commissionata appositamente da Ascom Confcommercio Bergamo all'Istituto di ricerca romano, e di Enzo Rullani, professore di Economia della conoscenza alla Venice International University, che spiegherà "Il valore della competenza nella transizione in corso".

Alle 16.50 in programma gli interventi da parte di alcuni imprenditori e presidenti di categoria.

L'assemblea si chiuderà alle 17.00 con la parte associativa: l'elezione del Revisore dei conti (art. 23 statuto), l'approvazione del bilancio 2018 e del rendiconto preventivo per il 2019.

Per maggiori informazioni, Ascom Direzione tel. 035.4120203 – direzione@ascombg.it