

Convention estiva Fimaa, un brindisi a un semestre intenso di attività

Evento informale in Terrazza Fausti sull'evoluzione della professione con le testimonianze dei soci e degli ospiti della serata



Si è chiusa con successo la convention estiva Fimaa Bergamo, nel cuore del Centro Piacentiniano al ristorante “Legami Sushi & More” in Terrazza Fausti. Un momento all’insegna della convivialità e un’occasione di confronto sui cambiamenti e l’evoluzione della

professione di agente immobiliare. L’incontro, riservato ai soci Fimaa, e moderato dal presidente Fimaa Bergamo e coordinatore Fimaa Lombardia **Oscar Caironi**, ha visto alternarsi ai microfoni, tra le autorità, **Giovanni Zambonelli**, presidente Ascom Confcommercio Bergamo, **Michele Schiavi**, consigliere Regione Lombardia e **Cristina Pontiggia**, presidente Giovani Imprenditori Ascom Confcommercio Bergamo. A rompere il ghiaccio per primi i giovani, “una risorsa insostituibile per dare un futuro anagrafico alla categoria” come ha introdotto **Gerardo Paterna**, tra i più riconosciuti blogger immobiliari e consulente per professionisti, aziende e startup innovative del real estate italiano, consulente Fimaa Confcommercio e collaboratore Innovation District & Startup Accelerator del Politecnico di



Milano. Così il più giovane consigliere regionale **Michele Schiavi**, ha raccontato la sua carriera politica che da ventenne sindaco di Onore (elezioni 2019) l'ha catapultato da febbraio di quest'anno in Regione. "Mi piace sempre sottolineare- ha detto- come essere giovani sia solo un dato anagrafico e non c'è alcuna nota di merito nell'esserlo. Di contro però non deve essere nemmeno motivo di demerito. Specialmente in politica dove sembra che l'accesso ai giovani sia blindato dietro la scusa della mancanza di esperienza.



L'esperienza di sindaco è stata per me la più arricchente occasione per essere riconosciuto per quello che effettivamente facevo per la mia comunità, per quello che è un piccolo comune montano. Si può fare moltissimo, partendo dal basso, dai piccoli comuni:

durante il Covid abbiamo contato sull'aiuto e l'impegno di un centinaio di ragazzi che hanno dedicato il loro tempo alla comunità. E ora il tavolo per le politiche giovanili della Val Seriana sta crescendo grazie anche a nuove nomine, penso ad esempio al giovane sindaco di Villa d'Ogna". **Cristina Pontiggia**, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori Ascom Confcommercio Bergamo, ha portato la sua esperienza da imprenditrice nel settore alberghiero, raccontando di essere stata catapultata dopo gli studi in Economia e grandi studi di consulenza in una realtà estremamente problematica e difficile per rispondere alle richieste della sua famiglia: "La gestione iniziale è stata davvero difficoltosa perché non c'era nulla che andasse nel verso giusto, tanto che esasperata ho subito proposto alla mia famiglia la vendita dell'hotel, ma le offerte ricevute erano troppo basse. Così passo dopo passo ho deciso di esternalizzare tutto e di rimettere in sesto l'attività. Dopo 5 anni di duro lavoro abbiamo ricevuto una proposta, questa volta interessante, di acquisto. Sono stata così chiamata ad una scelta. Ho deciso di assumere la gestione

perché dopo tanto lavoro, preoccupazioni e notti insonni ho capito di essermi davvero appassionata alla gestione del mio hotel. Oggi la crescita non è solo patrimoniale ma il valore è rappresentato dall'attività stessa, fatta di persone valide e motivate. Un capitale umano che è la vera ricchezza d'impresa: un team di 25 persone dai 22 ai 40 anni, con gli stessi stipendi ma diverse competenze, anche e soprattutto trasversali. I nostri principali driver sono la consapevolezza



e l'impegno per il proprio lavoro e deleghe e compiti precisi, oltre a tanta formazione congiunta ma anche individuale". Non manca una ricerca di segmenti particolari di mercato: "Abbiamo scelto di puntare su nicchie commerciali, ad esempio una grande

attenzione alla disabilità e servizi a famiglie, specialmente con bambini, dalla lavanderia libera per i clienti alle camere comunicanti".

L'incontro è entrato nel vivo, con la proposta di spunti interessanti su diversi temi fondamentali per seguire l'evoluzione del mercato, in un confronto interattivo con Gerardo Paterna con i soci Fimaa che hanno portato la loro esperienza su network e rete, social, innovazione e management. Sul tema dei social network è intervenuta **Katia Maestroni**, che ha intuito l'opportunità del digitale "per dare una spinta all'attività" come ha sottolineato. "Nulla è lasciato all'improvvisazione ma puntiamo molto su professionalità specifiche e dedicate- continua- . Fondamentale la pianificazione e l'organizzazione con un piano di marketing e promozione studiato in base alle esigenze della clientela. Senza dubbio i social hanno contribuito e contribuiscono ogni giorno a far crescere l'attività, oltre che a facilitare l'incontro tra domanda e offerta e a creare una rete di vendita mirata e selezionata. Si crea poi un clima di vicinanza e relazione con la clientela". **Cristian Ceroni** ha

raccontato come si è trovato a scegliere la professione di agente quando si era sempre immaginato, anche per il percorso di studi fatto, interior designer. “Ho iniziato a collaborare con agenzie con rendering e prospetti di arredi di interni per immaginare le case sin dalla progettazione dei cantieri. E poi ho finito in fretta con l'appassionarmi a questo lavoro. Perché l'agente immobiliare è una figura al centro tra tutte le parti, con l'obiettivo di rispondere a un bene carico di valore e significato come la casa. L'impegno è quello di lavorare per entrambe le parti con etica e fare sì che il cliente ci veda come un apportatore di valore aggiunto. Per me è fondamentale la verifica e gestione degli immobili anche con MLS Multiple Listing Service, un sistema semplice ed efficace che somma e mette in comune la forza dei professionisti per offrire un servizio eccellente. Con questo sistema le informazioni si moltiplicano così come le occasioni di compravendita. E' inoltre uno strumento efficace per fare percepire la professionalità di ognuno, innalzare le



competenze e condividere informazioni”. **Emanuele Pantano** ha riportato al centro il tema della professionalità degli agenti: “E' un lavoro che mi ha subito appassionato e conquistato, ma che non viene valorizzato abbastanza nella sua professionalità e competenza. Lo abbiamo fatto anche in modo creativo con l'ideazione di un fumetto pronto ad illustrare a tutti la figura dell'agente e a creare una maggiore consapevolezza sul ruolo. Per seguire l'evoluzione della tecnologia è fondamentale utilizzare i



competenze e condividere informazioni”. **Emanuele Pantano** ha riportato al centro il tema della professionalità degli agenti: “E' un lavoro che mi ha subito appassionato e conquistato, ma che non viene valorizzato abbastanza nella sua professionalità e competenza. Lo abbiamo fatto anche in modo creativo con l'ideazione di un fumetto pronto ad illustrare a tutti la figura dell'agente e a creare una maggiore consapevolezza sul ruolo. Per seguire l'evoluzione della tecnologia è fondamentale utilizzare i

mezzi digitali, ma rappresentano anche l'occasione per porre l'accento sulla professionalità".

Michele D'Errico, broker, ha portato la sua esperienza nella creazione di un'azienda di servizi per agenti immobiliari: "La centralità va sempre riportata sulla persona,



attraverso un affiancamento e una consulenza dedicata, portata avanti con una visione condivisa e su obiettivi comuni. Anche il clima all'interno dell'azienda è fondamentale, basato sulla fiducia e sulla condivisione di regole". Il presidente Fimaa **Oscar Caironi** ha invitato **Gerardo Paterna**, ideatore di Synergie format di riferimento per il real estate (quest'anno a Roma il 24 novembre), blogger e divulgatore, a fare il punto sul settore e sulla professione. "La consapevolezza del proprio ruolo è la premessa fondamentale sia del presente che del futuro. Bisogna avere chiari i propri obiettivi, alzando sempre l'asticella e ponendosi risultati ambiziosi. Ma sono la perseveranza e la costanza che fanno sempre la differenza. La concentrazione sul processo e sul percorso da seguire devono essere costanti. Invece molti gettano la spugna". Sul fronte del lavoro degli agenti e delle agenzie la chiave di svolta, ha sottolineato Paterna, è la collaborazione: "Oggi l'agenzia immobiliare ha costi elevati di gestione in parte per la tecnologia che semplifica in larga misura la mole onerosa di adempimenti e responsabilità che l'intermediazione immobiliare comporta. Le strutture singole devono strutturarsi o adeguarsi: da soli non si va da nessuna parte. Il capitale umano genera sempre capitale economico. Le opportunità di crescita ci sono ma spesso per riuscire a intravederle o per andare a prendersele serve allargare il proprio orizzonte". Non manca infine l'accento su etica e responsabilità: "La percezione comune della categoria è quella di una professione non solida. Etica e responsabilità devono guidare la professione dell'agente, un lavoro meritocratico perché basato

sui risultati effettivi, oltre che economicamente soddisfacente. Oggi lo scopo più alto deve essere umanistico: perché dobbiamo lasciare il mercato più chiaro, sicuro e trasparente di come lo abbiamo trovato". L'evento ha avuto anche un momento benefico, il cui il ricavato è stato devoluto alla Fondazione Grizzly. L'aperitivo informale nella splendida Terrazza con vista aperta su Città Alta e la prospettiva unica della città Bassa dall'alto del Centro Piacentiniano ha chiuso con un brindisi un semestre associativo particolarmente intenso, terminato con la chiusura del Master di Alta Formazione il 3 luglio.

Confcommercio Lombardia, sei consiglieri in rappresentanza di Ascom Bergamo

Rieletto per acclamazione Sangalli, entrano in consiglio Botti e Bonicelli. Confermati Zambonelli, Patelli, Cereda e Pedrali

Carlo Sangalli è stato rieletto oggi per acclamazione presidente di Confcommercio Lombardia dal nuovo Consiglio Generale (riunitosi in Confcommercio Milano): 48 consiglieri in rappresentanza delle 10 Associazioni territoriali Confcommercio lombarde.

Rispetto al precedente mandato Ascom Confcommercio Bergamo ha un seggio in più nel consiglio. Confcommercio Lombardia ha recentemente adeguato il suo statuto confederale alle novità legislative e fiscali del terzo settore nel corso dell'ultimo consiglio tenutosi nei giorni scorsi, il 19 giugno. Nel nuovo corso di Confcommercio Lombardia, Bergamo acquista maggiore

rappresentanza con sei consiglieri, rispetto ai precedenti cinque. Confermati in consiglio per i prossimi 5 anni Il presidente Ascom Confcommercio Bergamo Giovanni Zambonelli, il vicepresidente vicario Luciano Patelli, il consigliere del direttivo e presidente del Gruppo Mobili e Arredamento Lorenzo Cereda, il presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Diego Pedrali. Entrano per la prima volta nel consiglio di Confcommercio Lombardia Cristian Botti- neo vicepresidente Ascom Confcommercio Bergamo, presidente Gruppo Librai e Cartolibrai Ascom, oltre che di Fogalco Cooperativa di Garanzia- e Luca Bonicelli- componente del consiglio direttivo Ascom, presidente del Gruppo Dettaglianti alimentari Ascom Confcommercio Bergamo, componente del consiglio direttivo Ascom Confcommercio Bergamo.

Ad affiancare il presidente di Confcommercio Lombardia, Carlo Sangalli, per i prossimi cinque anni Carlo Massoletti (presidente Confcommercio Brescia) con l'incarico di vicepresidente vicario, e Giuseppe Freri (presidente Ascomed Milano e Federazione Nazionale Commercianti in Materiali Edili), con la carica di vicepresidente.

In Lombardia sono più di 541mila le imprese attive nel terziario di mercato (erano 537mila cinque anni fa): il 66% del totale delle imprese (814.196). Bergamo e provincia contano 25.704 imprese nel terziario (dati Ascom Confcommercio Bergamo su elaborazione dati camerali).

Obbligo Pos anche per i generi di monopolio

L'Agenzia delle Dogane revoca l'esenzione dall'obbligo di accettazione di pagamenti elettronici di cui beneficiavano i

rivenditori di tabacchi, valori postali e bollati

E' obbligatorio accettare forme di pagamento elettronico anche i generi di monopolio. L'ha deciso l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli che, nei giorni scorsi, ha revocato la direttiva secondo la quale i rivenditori di generi di monopolio nonché i titolari di patentino, in relazione all'attività di vendita dei generi di monopolio, di valori postali e bollati, non sarebbero stati soggetti all'obbligo di accettare forme di pagamento elettronico. L'obbligo di accettazione con relative sanzioni è subito efficace.

Per informazioni: consulenza@ascombg.it; 035 4120135.

Saldi al via, Ascom stima una spesa di 232 euro a famiglia per un valore di oltre 67 milioni di euro

Per la prima volta data unica nazionale per le svendite. In calo del 5% il numero di famiglie che faranno shopping alle prese con inflazione e rincari

Scatta l'ora dei saldi estivi a Bergamo, come nel resto della Lombardia e in tutto il Paese, eccezion fatta per l'Alto Adige (14 luglio). Il clima, con temperature elevate e meteo in linea di massima favorevole, incentiva lo shopping di stagione. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia (15,8 milioni) spenderà in media 213 euro – pari a 95 euro pro capite – per un valore complessivo di 3,4 miliardi di

euro. Il dato è in aumento rispetto allo scorso anno, grazie anche al ritorno del turismo nazionale e internazionale.



Oscar Fusini

Le previsioni a livello locale di Ascom Confcommercio Bergamo sono leggermente al di sopra della media nazionale, con un budget pari a 232 euro a famiglia, per una media pro-capite pari a 99,50 euro per un valore complessivo di oltre 67 milioni di euro. In calo però, in base alle stime Ascom Confcommercio Bergamo, il numero di famiglie che acquisterà articoli in saldo, il 61% contro il 66% dello scorso anno. “Quest’anno prevediamo un lieve aumento della spesa per famiglia, ma una minore partecipazione ai saldi. Un calo, stimato di circa il 5%, dovuto alle maggiori difficoltà economiche in cui molte delle nostre famiglie si stanno imbattendo – commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Questi saldi saranno il primo banco di prova per l’applicazione delle nuove normative introdotte dal Codice del Consumo, che modifica le norme sugli sconti, promozioni, liquidazioni e saldi e introduce per la prima volta una regolamentazione delle vendite online. Infine per la prima volta in Italia tutte le regioni partiranno con i saldi estivi domani e non ci sarà un’inutile concorrenza tra territori”.

Le aspettative da parte dei commercianti sono alte: via libera

dunque agli affari, senza indecisioni e tentennamenti nello shopping d'occasione.



Diego Pedrali

“Speriamo che il nuovo Codice del Consumo possa regolamentare la giungla delle vendite online per un commercio all’insegna del principio stesso mercato, stesse regole- commenta Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere nazionale Federazione Moda Italia-. Importante anche la data uguale in tutta Italia per l’appuntamento con gli sconti. Dopo anni di dibattito si è finalmente arrivati alla definizione di una data unica nazionale di partenza dei saldi per mantenerne l’appeal e tutelare le attività coinvolte, che stanno soffrendo enormemente il calo dei consumi e i rincari. I tagli ai prezzi dei cartellini? Saranno come gli altri anni progressivi: dal 20-30% iniziale fino al 40%”. Le vendite di fine stagione dureranno 60 giorni dal primo giorno di saldi, domani 6 luglio, fino al 3 settembre a Bergamo e in tutta la Lombardia. “Sarà comunque importante e cruciale per i prossimi mesi dedicare cura allo studio e alla pianificazione degli sconti durante tutto l’anno, facendo attenzione al prezzo finale proposto per fidelizzare e venire incontro ai consumatori, in modo tale che i saldi non siano l’unico salvagente delle imprese” continua Diego Pedrali.

LE REGOLE PER SALDI CHIARI E SICURI

CAMBI La possibilità di cambiare il capo acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante. Tuttavia, se il prodotto è danneggiato o non conforme (ex artt. 130 e ss. d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo e successive modificazioni) scatta l'obbligo per il negoziante di riparazione o sostituzione entro un congruo periodo di tempo e, nel caso ciò risulti impossibile o se i costi che il venditore dovrebbe sostenere siano sproporzionati: riduzione o restituzione del prezzo pagato. Il compratore è tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

PROVA DEI CAPI Non c'è obbligo. È rimessa alla discrezionalità del negoziante.

PAGAMENTI Le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante e vanno favoriti i pagamenti cashless.

PRODOTTI IN VENDITA I capi che vengono proposti in saldo devono avere carattere stagionale o di moda ed essere suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo

INDICAZIONE DEL PREZZO Obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita (che in base al D.Lgs 26/2023, è il più basso applicato alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti l'avvio dei saldi), lo sconto e il prezzo finale.

MODIFICHE SARTORIALI In caso di modifiche e/o adattamenti sartoriali alle esigenze della clientela (es. orli, maniche, asole) il costo è a carico del cliente, salvo diversa pattuizione. Va data preventiva informazione al cliente.

Come negli anni precedenti tra le varie iniziative promosse da Confcommercio sul territorio nazionale si segnalano le campagne di Federazione Moda Italia "Saldi Chiari e Sicuri",

“Saldi Trasparenti” e “Saldi tranquilli”.

Porta San Giacomo e vetrine in rosa per la campagna di screening del tumore al seno

Ats ricorda alla cittadinanza l'importanza della prevenzione a tutela della salute. In collaborazione con Ascom le vetrine veicolano il messaggio #cancrozero



La Campagna di Comunicazione di ATS Bergamo, iniziata ufficialmente il 29 maggio, ha l'obiettivo di informare la comunità sull'importanza e i vantaggi degli Screening, sensibilizzare sull'importanza alla partecipazione attiva ai programmi di Screening oncologico, creare una rete di stakeholder pubblici e privati per un sostegno sinergico delle iniziative e aumentare le adesioni ai test. Con l'adozione di stili di vita sani e la

diagnosi precoce, i tumori si possono prevenire: lo Screening consente di individuare tempestivamente la malattia cambiandone il decorso, migliorando le risposte alle cure e accrescendo sensibilmente le possibilità di guarigione. ATS Bergamo, impegnandosi a diffondere la Cultura della Salute e della Prevenzione, intende anche responsabilizzare il

territorio sull'importanza della scelta consapevole di tutti i percorsi di tutela del nostro bene più prezioso. Tra le azioni previste, dal 28 al 30 giugno la monumentale Porta San Giacomo in Città Alta verrà illuminata di rosa, il colore dello Screening del tumore al seno. Un messaggio di grande impatto per la cittadinanza e per coloro che avranno la possibilità di assistere direttamente o indirettamente all'evento. Ascom Confcommercio Bergamo partecipa alla campagna Ats. Gli esercizi commerciali aderenti hanno predisposto le "vetrine in rosa", creando un filo che dai diversi punti idealmente si congiunge con Porta San Giacomo, a significare la costruzione di una rete che, abbracciando la Città da uno dei suoi luoghi più rappresentativi, invia il chiaro messaggio #CancroZero a tutto il territorio bergamasco. La sensibilizzazione sull'importanza della prevenzione arriva così anche nel negozio di fiducia sotto casa o al ristorante. I negozi di vicinato, presidio del territorio, diventano così veicolo di promozione della campagna di prevenzione e luogo di conoscenza di quanto sia possibile fare a tutela della propria salute, con un messaggio che interessa tutti. "Un'occasione importante per invitare tutti a riflettere, anche nei nostri negozi, sull'importanza che rivestono prevenzioni o controlli, uniti a una maggior attenzione alla propria salute, un bene insostituibile e prezioso" sottolinea Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo.



Aderiscono all'iniziativa attività commerciali ed esercizi di diverse tipologie: Arte e Moda in Via Quarenghi; Casa del Materasso Bergamo in Via San Bernardino; Latteria Pezzotta Pierangela in Via Moroni; Li Mon sotto i Portici del Sentierone; Marziali e Farneti in Via Zambonate; Oliva di Gianni Lenzi in Via Borfuro; Panificio Livio di Pezzotta in Via Moroni; Ristorante Pizzeria Vesuvio in Borgo Santa

Caterina.

Saldi al banco di prova del nuovo Codice del Consumo

Novità su annunci di sconti e riduzioni, la nuova norma pone ordine al caos del web e delle pratiche sleali. I chiarimenti nel convegno Ascom Federmoda



Massimo Torti illustra le novità ai commercianti



Massimo Torti e Diego Pedrali

Dal 1°luglio cambia la normativa sugli sconti, giusto qualche giorno prima dell'avvio dei saldi, che inizieranno il 6 luglio. Il D. Lgs. n. 26 del 7 marzo 2023 (che ha recepito la direttiva UE 2019/2161 "Direttiva Omnibus" riguardo il codice di tutela del consumatore) modifica la normativa sugli sconti e impone regole molto più rigide riguardo le pratiche commerciali sleali, l'adeguamento dell'e-commerce, le sanzioni per i comportamenti ingannevoli che possono interessare la tutela di salute, sicurezza e minori.

L'impatto sulle imprese avviene ad ogni livello, dal piccolo negozio o banco del mercato fino ai portali di vendita on line o di pubblicità e richiede l'adeguamento dei sistemi informatici gestionali, le schede prodotto, la documentazione contrattuale e informativa per l'e-commerce e l'operatività in store riguardo ai cartellini prezzi e alla gestione delle vendite straordinarie, promozionali, di fine stagione e di liquidazione. Su abbigliamento calzature, articoli sportivi, accessori della moda oltre ai prodotti di elettronica c'è una ricaduta di applicazione molto pesante.

Se le poche righe del decreto indicano che il prezzo di riferimento nell'annuncio di sconto è quello più basso praticato dal venditore nei trenta giorni precedenti, l'impatto della norma porta a decine di applicazioni diverse e a centinaia di domande a cui rispondere. I nuovi cartellini prezzi devono rispondere da subito agli obblighi previsti dalla legge, a pena di sanzioni (da euro 516,00 a euro 3.098,00). Per questo motivo Ascom Confcommercio Bergamo e Federazione Moda Italia hanno organizzato un incontro con l'obiettivo di offrire le risposte che gli operatori si attendono per affrontare l'imminente avvio dei saldi. "In anni difficili per il comparto come quelli che abbiamo vissuto e stiamo vivendo è auspicabile una maggiore partecipazione alla vita associativa, come vedo



oggi in questa aula piena-introduce il convegno così Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere nazionale Federazione Moda Italia, da 40 anni imprenditore nel settore moda maschile con la sua insegna L'uomo più di Torre Boldone-. Con la nostra associazione in rappresentanza delle insegne multimarca indipendenti stiamo portando avanti con successo diverse battaglie a tutela dei centri storici e della vivacità dei nostri borghi. Rappresentiamo l'anima più autentica del commercio e diamo voce e tutela a tutti quegli imprenditori che ogni giorno con le loro vetrine animano le vie dei piccoli comuni montani come delle grandi città. Sono a disposizione per qualsiasi richiesta e chiarimento". La nuova normativa prevede in generale maggiori tutele per i consumatori a partire già dai saldi estivi, ma viene messo ordine anche sul web: "Si tratta di una legge ottima, ma che deve essere applicata- commenta il direttore Ascom Confcommercio Oscar Fusini-. La legge va conosciuta in tutti i suoi aspetti principali e nelle sue applicazioni dagli esercenti e dai consumatori, nel rispetto delle regole e a tutela delle proprie ragioni. Va detto che la maggior parte delle truffe e pratiche sleali o scorrette avviene online: è qui tra social, piattaforme e altri canali digitali che si concentrano irregolarità. Per cui ci aspettiamo che una legge evoluta come il nuovo Codice del consumo evolga di pari passo con controlli e sanzioni per andare a porre paletti e regole sul web, che per certi versi è un Far West". Sul commercio elettronico le novità sono rilevanti. "Il mare magnum di sconti che vediamo ogni giorno su internet viene regolamentato- sottolinea Massimo Torti, segretario generale Federazione Moda Italia-. La legge modernizza il codice del consumo alla luce dello sviluppo dell' e-commerce e la rende uniforme a livello europeo, rafforza l'azione di contrasto dell'autorità pubblica ed inasprisce le sanzioni che per le piattaforme potranno arrivare fino ai 10 milioni di euro e addirittura al 4% del fatturato. Grazie a questa norma colossi della moda che attuavano pratiche scorrette online hanno avuto

sanzioni pesanti. La normativa obbliga, inoltre, alla trasparenza nelle ricerche on line, interviene sulle recensioni false o acquistate, vieta il bagarinaggio digitale e obbliga alla chiarezza nel caso di prezzo dinamico deciso da un algoritmo". Non da ultimo si prefigge di dare ordine al caos del "Black Friday" : "Diventa d'obbligo un'attenta pianificazione delle promozioni e della comunicazione delle scontistiche, perché il prezzo a cui andrà applicato lo sconto sarà sempre quello più basso applicato nei trenta giorni precedenti se è diverso da quello di listino. E i nuovi cartellini dovranno indicare il prezzo pieno, lo sconto e il prezzo finale" continua Torti . Il decreto, nella parte che riguarda gli annunci di riduzione dei prezzi, si applica alla vendita di qualsiasi prodotto con le sole eccezioni dei prodotti agricoli, dei prodotti deperibili ed esclude i cosiddetti "prezzi di lancio" e le "vendite sottocosto". L'impatto è rilevante: "Impone l'adeguamento gestionale, schede prodotto, documentazione e-commerce, ma anche in-store per la gestione dei cartellini- continua Massimo Torti-. Il consiglio è quello di dedicare maggiore attenzione alla pianificazione degli sconti, in particolare nel mese antecedente occasioni di festa particolari. Fondamentale annotare ogni sconto o promozione applicata rispetto ai listini, articolo per articolo. La ratio della legge è quella di porre freno a pratiche commerciali scorrette, dalle vendite sottobanco alle abbuffate di sconti vietati online, ma la legge si applica a tutti. E noi dobbiamo farci trovare preparati e adeguarci". In vista dei saldi va precisato che gli sconti devono indicare prezzo iniziale, percentuale di sconto e prezzo finale: "Nulla di sostanzialmente nuovo rispetto a quello che normalmente avviene nei negozi, ma è bene ricordare le regole. Quando la riduzione di prezzo aumenta progressivamente durante una medesima campagna di vendita senza interruzioni, la classica prassi dei saldi (dal 20 al 30 per cento e così via), il prezzo precedente è quello che si applica alla prima riduzione di prezzo. Per le riduzioni successive il prezzo precedente è il prezzo

originario di partenza della campagna di vendita- chiarisce Torti-. Se il prezzo iniziale è di 100 euro i successivi cartellini indicheranno il prezzo di 100 euro e di 80 euro quando lo sconto è al 20%, di 100 euro e 70 euro quando lo sconto arriva al 30% e di 100 euro e 50 euro per gli sconti più forti al 50%".

Ambulanti, si perdono insegne anche storiche

Ma il mercato resta un luogo d'incontro insostituibile e può rappresentare un'attrazione anche per i turisti

Le imprese del commercio su aree pubbliche a Bergamo e provincia al 30 Aprile 2023 sono 1879, numeri importanti che occupano una fetta significativa della realtà complessiva del commercio bergamasco. La categoria fino al 2017 ha registrato una costante crescita delle imprese, ma dal 2018 c'è stata un'inversione di tendenza. Un dato riscontrabile anche a livello nazionale. Preoccupante il calo del 2019, ma il dato peggiore è del 2022 con la perdita di 122 imprese. "Un calo imputabile al lungo periodo di emergenza pandemica, che ha di fatto bloccato per molto tempo le imprese, in particolare la categoria dei fieristi: rispetto al volume di affari registrato nel 2019 le attività di commercio su aree pubbliche

hanno infatti perso nel 2020 oltre 37 punti percentuali rispetto all'anno precedente, con punte del 90% per alcuni comparti merceologici e di tipologia di esercizio" commenta Diego Pesenti, presidente provinciale Fiva. La ripartenza poi è stata complicata "L'incertezza post covid ha determinato un atteggiamento "prudente" provocando un calo degli investimenti, aspetto che caratterizza anche le previsioni nel 2023- continua Pesenti- . Conclusa l'emergenza sanitaria inizia la guerra in Ucraina e l'impennata dell'inflazione che ha fatto crescere in maniera imprevedibile e sostanziosa i costi: molte delle nostre aziende, per quella naturale propensione della categoria a mantenere un profilo molto concorrenziale, non ha adeguato all'andamento dell'inflazione i prezzi dei prodotti messi in vendita, riducendo pertanto i



marginari di profitto". Non solo ombre, ma anche qualche spiraglio di luce: "A fronte di un calo delle imprese ambulanti negli ultimi cinque anni, mi piace evidenziare che nello stesso periodo ci sono 261 nuove aziende che hanno deciso di

avviare un'attività di commercio su aree pubbliche, segno che questo lavoro è ancora attraente. E' in corso un cambiamento determinato da tanti fattori, ma il settore del commercio su aree pubbliche rappresenta circa un quinto dell'intera distribuzione al dettaglio. Nella nostra provincia si svolgono oltre 250 mercati la settimana e un numero sempre crescente di fiere; da non dimenticare l'importante servizio svolto dagli innumerevoli ambulanti itineranti, che portano il negozio fuori casa". Il mercato piace e riesce ad essere un importante appuntamento per molte persone, rivitalizza i centri storici oltre a farci percepire il gusto delle tradizioni, offre momenti di socializzazione, perché è impossibile non incontrare al mercato un parente un vicino di casa un amico- continua Pesenti-. Resta un luogo dove trovare tanti articoli interessanti e poter risparmiare; le fiere poi sono

un'esplosione di profumi, colori, luci, tante golosità e molti articoli curiosi che insieme danno vita a qualcosa di autenticamente magico".

L'identikit dell'impresa ambulante in città e provincia

In assoluto la maggior parte delle aziende ambulanti è gestita da imprenditori di nazionalità italiana il 61%. Non stupisce però, per chi conosce il settore, scoprire che tra le imprese ambulanti della provincia il 39% sono condotte da stranieri, un po' meno scontato che di questi solo il 2% sia di nazionalità cinese, infatti nei primi anni del 2000 hanno occupato una fetta importante del commercio ambulante non solo nella nostra provincia. Mentre i cittadini stranieri ambulanti più numerosi nel nostro paese, sono quelli di nazionalità marocchina il 18%, è curioso scoprire che i primi arrivi in Italia si registrano all'inizio degli anni '70, il loro approccio con il commercio in molti casi si sviluppa con la vendita porta a porta, negli anni si sono inseriti nei mercati. Nei dati non compare, ma tra gli ambulanti di nazionalità marocchina è frequente il passaggio generazionale. Tra le presenze più significative dietro ai banchi dei nostri mercati e delle nostre fiere, al terzo posto ci sono i senegalesi, 8%, che sono esclusivamente specializzati nella vendita di prodotti del settore non alimentare. Seguono gli ambulanti provenienti dalla Nigeria 5%. La maggior parte delle attività ambulanti sono imprese a carattere familiare, pertanto ruotano attorno all'azienda due o più componenti della famiglia, ma la titolarità delle imprese è in carico quasi esclusivamente agli uomini, le donne sono solo il 20%. Tiene bene l'assortimento merceologico tra i banchi dei mercati, segno della sua naturale capacità di garantire un'offerta varia ed equilibrata. Alcuni articoli hanno la tendenza a preferire il pubblico delle fiere, come ad esempio i giocattoli e i libri, mentre altri si trovano nei mercati più grandi o in contesti specifici come la ferramenta.

Il mercato deve puntare a essere attrattivo anche in chiave turistica

I numeri delle imprese segnalano le difficoltà di un settore che ha subito notevolmente il problema della pandemia, come sottolinea Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo. “ La “fuga dei cinesi” che oggi puntano attività all'apparenza più remunerative come ristoranti, bar e tabaccherie è un segnale delle difficoltà del settore. Il problema del ricambio generazionale è molto sentito nel settore del commercio ambulante perché è un lavoro che richiede sacrifici in termini di orari condizioni di lavoro che possono essere compensate solo dalle soddisfazioni del lavoro in proprio, del contatto con le persone e della passione”. Il settore sta riducendosi per numero di imprese ma sta potenziandosi con mercati che modificano la loro vocazione e imprese che investono per estendere l'offerta, differenziandosi dai concorrenti e crescere la qualità. “Il mercato piace alla gente e anima i centri storici. L'antica contrapposizione tra negozi e ambulanti è superata da molti anni. Il mercato attira persone e con il passaggio tutti lavorano di più. Se l'attesa di un mercato coperto anche a Bergamo può essere un grande richiamo per il turismo e la vivacizzazione del centro città non devono mancare nuove esperienze di sviluppo congiunto del commercio di vicinato tradizionale e ambulante. La recente scommessa della città di Treviglio che ha ospitato la prima edizione dei mercati Europei di Fiva rappresenta un'esperienza positiva che ora deve crescere. Occorre una nuova e rinnovata alleanza tra amministratori comunali e associazioni di categoria per un rilancio congiunto dei centri storici e dei mercati. Non scelte unilaterali che rischiano di distruggere mercati e impoverire i centri storici”.

Cinque Terre della Val Gandino, presentazione bando per le imprese da 72mila euro

Incontro lunedì 26 giugno alle 20.30 a Leffe per gli operatori di Gandino, Leffe, Casnigo, Peia e Cazzano Sant'Andrea

Lunedì 26 giugno alle ore 20,30, nella Sala Consigliare del Municipio di Leffe (Via Papa Giovanni XXIII, 8), si svolgerà un incontro di presentazione del bando per la concessione di contributi a fondo perduto del Distretto de Le Cinque Terre della Val Gandino. All'incontro, prenderà parte anche il referente Ascom Confcommercio Bergamo dei Distretti del Commercio, Giorgio Puppi. Il bando è aperto per tutti gli operatori di Gandino, Leffe, Casnigo, Peia e Cazzano Sant'Andrea. L'incontro consente di conoscere tutti gli aspetti della misura che mette a disposizione risorse per 72.000 euro.

Infinit, il nuovo strumento digitale per i dealer auto

Presentata a concessionari e autosalonisti in Ascom l'innovativa soluzione digitale testata da Federmotorizzazione

È stata presentata nella sede di Ascom Confcommercio Bergamo l'innovativa soluzione digitale Infinit, testata da Federmotorizzazione Confcommercio Imprese per l'Italia, riservata ai dealer, autosalonisti e concessionari auto. Il

nuovo strumento consente di migliorare la strategia commerciale, accedendo in pochi secondi alla ricerca di auto effettuata sulle 16 più importanti piattaforme nazionali ed europee. Tra i vantaggi, oltre a un'assistenza personalizzata costante- dalla ricerca delle migliori auto usate ad alto margine alla consulenza sul prezzo più adeguato per ogni auto in base all'accurata analisi di mercato- la possibilità di disporre di una linea di credito rotativa per finanziare l'inventario oltre a garanzie di ottime condizioni per il credito al consumo alla clientela.



Lorenzo Epis

Grazie all'accordo siglato con Ascom Confcommercio Bergamo le condizioni di gestione sono particolarmente agevolate per i soci, che possono anche contare su una presentazione dedicata di Infinit direttamente nella loro sede.

“È uno strumento particolarmente interessante per tutte le piccole e medie realtà che intendano aumentare i loro margini e allargare il proprio mercato- commenta Lorenzo Epis, presidente del Gruppo Autosalonisti Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere Federmotorizzazione-. Avere sempre sott'occhio la proposta di mercato nel settore dealer in Italia e in Europa, con tanto di traduzioni e assistenza per l'estero, rappresenta un'opportunità da cogliere per accedere in tempo reale al migliore mercato al miglior prezzo”.

Sorbetto alle more di gelso, omaggio alla storia di Treviglio e della Bassa

Il nuovo gusto creato da Paolo Riva esalta i frutti succosi e dal sapore unico degli alberi delle filande

Paolo Riva, titolare dell'omonima pasticceria trevigliese, omaggia il territorio con un sorbetto preparato con un frutto dimenticato, le more di gelso, fresco di produzione nel suo laboratorio artigianale. La storia di Treviglio è, infatti, intrecciata a quella dei gelsi: due esemplari di morus alba (gelso bianco), nell'aia di Cascina Battaglie, sono gli alberi più antichi del territorio: piantati tra il 1620 e il 1670, secondo una perizia botanica fatta da Legambiente, hanno dunque vissuto l'epoca della peste; hanno una circonferenza di 3,5 metri e sono cresciuti in media 2 millimetri e mezzo all'anno.

«Conoscevo i gelsi per le gite da bambino con le maestre che ci spiegavano la storia dei filatoi – racconta Riva -. Le foglie di gelso erano, infatti, utilizzate per nutrire i bachi da seta, indispensabili per le filande della Bassa Bergamasca. Un giorno, facendo jogging al Cerreto, ho scoperto i loro frutti, succosi, particolarmente buoni e zuccherini, meno aspri rispetto alle more di bosco».

Proprio i frutti dei gelsi di Castel Cerreto, simili a delle

more allungate e dal sapore delicato e zuccherino, sono l'ingrediente principale per il nuovo sorbetto della Pasticceria Paolo Riva. Il prodotto, a base di frutta e zucchero, è creato, come per gli altri gusti, in piccole quantità ogni giorno per garantirne la freschezza. «Ho scelto le more di gelso – commenta Riva – come ingrediente perché sono dei frutti che affondano letteralmente le loro radici nella storia di Treviglio. Cerco sempre nuovi modi per riportare questo territorio che tanto mi ha dato all'interno delle mie

creazioni. Il richiamo ai gelsi, testimoni secolari della nostra storia locale, mi sembrava un buon modo per farlo. Inoltre, le more di gelso sono buonissime, genuine e molto fresche, quindi perfette per l'estate».