

# Credito, ancora difficoltà per il terziario

Confcommercio Bergamo mette in campo le competenze con il corso Educazione finanziaria

L'accesso a credito e finanziamenti e il rapporto tra banca e impresa continuano a rappresentare vere e proprie criticità per gli imprenditori di commercio, turismo e servizi bergamaschi. L'unico dato positivo in tema di credito per le imprese del territorio che operano nel terziario è il miglioramento del fabbisogno finanziario, con un lieve (+1 punto rispetto al semestre precedente) recupero della liquidità, criticità principale degli ultimi quattro anni. L'indice- a 42- è più alto di 4 punti rispetto alla media nazionale (38), con una prospettiva di ulteriore miglioramento entro settembre, dove è atteso a 45 (contro i 42 nazionali). È quanto emerge dall'ultimo Osservatorio su Credito e liquidità, indagine Confcommercio Bergamo- Format Research realizzata nell'ambito dell'Osservatorio congiunturale del terziario, a cadenza semestrale. Il contesto generale evidenzia un irrigidimento nel rapporto tra banca e impresa: diminuisce la percentuale di imprese che chiede un finanziamento (il 24,5% contro il 26,4% dello scorso semestre), aumenta la percentuale di pratiche respinte (11,9% contro il 9% di ottobre 2023) o accolte con importo inferiore (28,2%, contro il 25,4% di ottobre 2023). Sono ancora in attesa di una risposta il 12,1% delle imprese (lo scorso semestre erano di più, il 14,3%). La percentuale di richieste di prestiti accolte è nettamente inferiore rispetto alla media nazionale: a Bergamo solo il 47,8% degli imprenditori del terziario ha avuto una risposta positiva, contro una media nazionale del 56%. Con il continuo rialzo dei tassi è in peggioramento anche il giudizio delle imprese del terziario (che scende di 7 punti, a quota 33, contro 40 del semestre precedente). In questo caso il dato

provinciale è al di sopra della media nazionale, dove si arena a 18 (in linea con il semestre precedente). Migliore anche il dato relativo ai costi di istruttoria, a quota 3, contro i 29 nel resto d'Italia.

## **Il corso di educazione finanziaria per gestire al meglio il rapporto con le banche**

**Il 4 e l'11 giugno, dalle 15 alle 17, nella Sala Conferenze dell'Associazione**

In questo quadro di crescenti difficoltà, l'associazione non sta a guardare e ha subito colto l'opportunità offerta dal progetto avviato da **Confcommercio Imprese per l'Italia in collaborazione** con il **Dipartimento tutela della clientela ed educazione finanziaria della Banca d'Italia**, nato con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza e le competenze delle imprese associate, a partire dal rapporto con istituti di credito e intermediari finanziari. Confcommercio Bergamo e la Cooperativa di garanzia Fogalco promuovono il percorso formativo gratuito di educazione finanziaria per le micro e piccole imprese del commercio, turismo e servizi dal titolo **"Piccole e medie imprese: come gestire il rapporto con le banche"**. Ottenere credito e a condizioni migliori, monitorare i prestiti bancari e conoscere le dinamiche che regolano la concessione dei finanziamenti, sono alcuni degli obiettivi che il percorso formativo si prefigge. Il taglio del corso sarà fortemente pratico e tarato sulle reali esigenze degli imprenditori, con casi pratici ed esercitazioni.



In cattedra ci sarà, oltre al presidente Fogalco **Cristian Botti**, **Stefano Mazzocchi**, commercialista e revisore dei conti, con una lunga esperienza professionale e nella formazione. Il primo appuntamento in aula con il corso “Piccole e medie imprese:

come gestire il rapporto con le banche” è **il 4 giugno, dalle 15 alle 17**, nella Sala Conferenze dell’associazione, in Via Borgo Palazzo 137 (Iscrizione obbligatoria, partecipazione gratuita Info 035.4120212, [info@fogalco.it](mailto:info@fogalco.it)). Al centro dell’incontro il **rapporto con la banca**, dalla regolamentazione, alla concessione e monitoraggio dei prestiti. Il secondo incontro, sempre dalle 15 alle 17, la settimana successiva, **l’11 giugno**, pone l’accento sui contratti bancari e sul **sistema di garanzie, dai confidi al fondo centrale**.

## I dati e le principali evidenze della ricerca

### **Fabbisogno finanziario**

Le imprese del terziario orobico proseguono il recupero della liquidità che ha rappresentato la criticità principale dallo scoppio della pandemia nel 2020. Secondo il giudizio degli imprenditori l’indicatore della capacità di far fronte al fabbisogno finanziario, rispetto al semestre precedente, è migliorato di 1 punto da 41 a 42 e in prospettiva crescerà di ulteriori 3 punti da qui all’ autunno. Il valore atteso, a 42, è ancora negativo; basti pensare che pre-Covid, nel II semestre 2019, era a 59. Il dato è fortemente condizionato dai numeri ancora difficili del settore turismo, con indice a 36,

mentre il commercio con 45 e i servizi con 47 stanno un po' meglio. A soffrire sono le micro e le piccole imprese fino a 5 addetti, nettamente sotto la media rispetto alle imprese più strutturate il cui fabbisogno è minore. L'indice delle imprese bergamasche è tuttavia più alto del dato nazionale di 4 punti (38 e atteso in crescita a ottobre a 42 sempre più basso di quello di Bergamo).

### **Domanda di credito**

In diminuzione la percentuale di imprese che ha chiesto un finanziamento negli ultimi 6 mesi passate dal 26,4% del semestre scorso al 24,5%. Di queste il 47,8% ha vista accolta la sua domanda, il 28,2% accolta con ammontare inferiore l'11,9,0% non accolta e il 12,1% è in attesa. Rispetto al dato nazionale le imprese bergamasche che hanno chiesto un finanziamento sono di più il 24,5% contro il 18,0%. A fronte di questa richiesta a Bergamo è però decisamente minore la percentuale delle istanze andate a buon fine, il 47,8% contro il 56%. Di contro, è più bassa la percentuale delle pratiche respinte (11,9% contro il 15% nazionale), ma comunque in aumento (dal 9% del semestre precedente al già citato dato dell'11,9%). Allo stesso tempo a Bergamo è più alta l'erogazione parziale (28,2% contro il 17%) e allineata la percentuale delle imprese che è in attesa dell'esito dell'istruttoria, il 12,1% (12% in Italia). Rispetto al semestre precedente è diminuita sensibilmente, dal 51,3% al 47,8%, la percentuale delle pratiche accolte. Ed è anche aumentata- dal 25,4% al 28,2%- la percentuale di imprese che hanno ricevuto importi inferiori a quelli richiesti. Si registra invece una lieve diminuzione delle istanze in sospeso (dal 14,3% al 12,1%).

### **Costo del finanziamento**

Gli imprenditori del terziario bergamasco fanno segnare un

ulteriore peggioramento del sentiment per quanto riguarda il costo del finanziamento. Da 40 l'indice è crollato a 33. Il valore è comunque migliore di ben 15 punti rispetto al dato nazionale, dove continua a mantenersi a livelli mai osservati negli ultimi anni.

### **Costo dell'istruttoria**

Il costo dell'istruttoria viene giudicato in peggioramento rispetto al semestre precedente. L'indice è precipitato da 40 a 34, dato tuttavia migliore di quello nazionale di ben 5 punti.

### **Durata dei prestiti**

In miglioramento il valore della durata temporale del credito che passa da 35 a 38 aumentando di 3 punti in un semestre rispetto a ottobre 2023. La situazione bergamasca rimane negativa rispetto a quella nazionale il cui indice è salito a 40, con un recupero di 4 punti rispetto all'ultimo semestre.

### **Garanzie richieste**

L'indice delle garanzie richieste passa da 32 a 31 in perdita di 1 punto. L'indice è allineato a quello nazionale dove ha perso ben 7 punti.

### **Costo dei servizi bancari**

In forte calo l'indice relativo al costo dei servizi bancari registrato presso le imprese di Bergamo che perde 6 punti da 36 a 30.

L'indice è ormai allineato a quello nazionale che si attesta a 30 guadagnando 2 punti.

---

## **Confcommercio Bergamo in assemblea lunedì 20 maggio ore 15**

*Lavoro ed education i temi centrali, affrontati con il sociologo Stefano Tomelleri e con Paolo Ferrari, ideatore di Delta Index*



L'assemblea annuale di Confcommercio Bergamo è in programma per lunedì 20 maggio alle ore 15 nella sede cittadina dell'associazione (via Borgo Palazzo 137), Sala Conferenze. Il programma della parte pubblica prevede la relazione del presidente Giovanni Zambonelli, oltre all'intervento delle autorità presenti. Al centro della 79esima assemblea dell'associazione, il lavoro nel terziario e l'educazione dei futuri lavoratori. Un tema dalle forti implicazioni sociali, ma anche valoriali, che mette al centro la trasmissione di passione e competenze, a partire dai banchi di scuola per creare un ponte tra imprese e sistema scolastico e ridurre le distanze con le nuove generazioni. Ospiti dell'assemblea Stefano Tomelleri, professore

dell'Università degli Studi di Bergamo e presidente dell'Associazione Italiana di Sociologia e Paolo Ferrari, ideatore di Delta Index.

Alle 17 segue la parte associativa, con l'esame e approvazione del Rendiconto 2023 e del Conto Preventivo 2024.

---

## **Benzinai in assemblea lunedì 13 maggio in Confcommercio Bergamo, ore 20.45**

*Partecipano i presidenti nazionali Figisc, Fegica e Faib. Renato Mora: "I nuovi contratti mettono a rischio la*



*categoria" Lunedì 13 maggio alle ore 20.45 nella sede Confcommercio Bergamo, in via Borgo Palazzo 137, è in programma l'assemblea provinciale dei gestori di carburanti di Bergamo e Provincia. L'assemblea vede la partecipazione dei tre presidenti nazionali del comparto: Bruno Bearzi, presidente nazionale di Figisc- Federazione italiana gestori impianti stradali carburanti Confcommercio, Roberto*

*Di Vincenzo, presidente Fegica- Federazione Gestori impianti carburanti e affini- Cisl e Giuseppe Sperduto, presidente Faib Federazione autonoma italiana Benzinai- Confesercenti , oltre che del presidente provinciale del Gruppo Benzinai Confcommercio Bergamo Renato Mora.*

In un panorama sempre più complesso per il settore, in cui spesso alcune compagnie petrolifere e pochi retisti hanno

assunto comportamenti difformi dalle leggi nazionali, l'assemblea vuole essere un momento di confronto con lo scopo di portare al tavolo del Governo delle soluzioni utili a tutto il comparto. All'ordine del giorno i contratti di appalto o di presidio che le compagnie petrolifere stanno proponendo ai gestori, oltre alla necessità di un urgente confronto sul disegno di legge di riforma del settore più volte annunciato. Nel corso dell'assemblea verranno inoltre forniti aggiornamenti sugli effetti della Sentenza del Consiglio di Stato sulla esposizione del Cartello del Prezzo Medio. "Siamo in un momento di grande difficoltà, che arriva a mettere a rischio la stessa categoria di gestori di impianti - commenta Renato Mora, presidente provinciale del Gruppo Benzinai Confcommercio Bergamo -. Le compagnie petrolifere stanno rivedendo in modo unilaterale i contratti in essere, che con la forma di appalto o presidio rischiano di relegare noi gestori nel novero della manovalanza a basso costo. La fine del contratto di comodato d'uso dell'impianto ci mette in mano alle compagnie petrolifere, con margini predefiniti e più risicati. Non possiamo perdere il controllo, già ridotto peraltro, sulle nostre attività imprenditoriali, frutto di sacrifici di una vita". La partecipazione dei soci e dei gestori di impianti stradali è importante: "Lunedì conta esserci come non mai - continua Mora -. Serve prendere coscienza e mettere in atto azioni concrete per difendere le nostre attività da ulteriori giochi. Per aiutarci a definire il quadro e per testimoniare l'importanza delle questioni sul tavolo, abbiamo chiesto la partecipazione del presidente nazionale Bruno Bearzi, che sta portando la questione in tutta Italia sui principali tavoli provinciali, in concerto con le altre sigle sindacali, come testimonia la presenza dei presidenti Faib e Fegica".

Per maggiori informazioni e per partecipare all'incontro: [info@confcommerciobergamo.it](mailto:info@confcommerciobergamo.it)



---

# Gioiellerie, il fascino del punto vendita è davvero prezioso

*Il focus sulla categoria restituisce un quadro positivo: i negozi e la professionalità dei gioielliere sono il valore aggiunto per i consumatori*

Esce forte dai gioiellieri bergamaschi la risposta alla sfida del commercio elettronico. Certo i numeri sembrerebbero essere impietosi nel descrivere quello che sembra il tramonto di un settore, quello del commercio di preziosi, che nella nostra provincia è passata in vent'anni (31/12/2003) da 264 imprese a 138 perdendo un punto vendita su due. La categoria non è infatti passata indenne dalla prima feroce guerra della grande distribuzione e da quella più attuale del commercio on line e i problemi certamente non mancano alle imprese in attività.

Eppure, secondo la recente ricerca commissionata da Confcommercio Bergamo a Format Research, il 69% dei consumatori bergamaschi è entrato almeno una volta negli ultimi due anni in una gioielleria ed ha comprato e questo significa che la relazione con il cliente persiste e con essa l'occasione per rimontare nelle vendite. Non solo, secondo la ricerca i gioiellieri sono identificati dal 72,7% dei consumatori bergamaschi come imprenditori al passo con i tempi e capaci di cogliere i nuovi trend. La concorrenza del digitale esiste ma i commercianti tradizionali possono portare avanti la loro battaglia usando le loro armi. Il messaggio è chiaro: in un mondo dove la stragrande maggioranza dei consumatori compra sia on line sia in modo tradizionale occorre rendere l'esperienza di acquisto in negozio diversa e migliore rispetto a quella digitale.

I vantaggi dell'acquisto nel punto vendita sono innumerevoli. Non solo perché l'acquisto fisico è immediato che è peraltro la seconda ragione dichiarata dal 38,3% di coloro che comprano in

gioielleria e nemmeno perché il negozio assicura l'assistenza post vendita cara ad un quinto dei clienti (19,9%). E' non nemmeno una questione di prezzo ossia come sarebbe facile pensare che maggiore è il valore di acquisto e minore è la fiducia nell'acquisto fatto a distanza, tendenza questa che vede spostare le vendite di gioielli di modico valore verso i portali di commercio on line e riservare l'acquisto importante dal gioielliere.

La ricerca di Format Research evidenzia come quasi un acquirente su due (45,5% dei compratori indecisi sull'acquisto) è andato in gioielleria per avere una consulenza professionale. Il gioielliere si rileva il suggeritore principale nella scelta dell'acquisto più di amici e conoscenti (43,3% contro il 24,7%). Inoltre per i clienti che hanno comprato in negozio, uno su tre (36,2%) enfatizza il valore aggiunto del gioielliere.

Il messaggio è chiaro e forte per i commercianti di preziosi e non solo. Non è quindi tutto è perduto. E' il cliente che ci dice che vuole comprare in negozio perché l'acquisto tradizionale, "vero", è diverso da quello digitale. Chi vende deve enfatizzare l'esperienza dell'acquisto, spiegare il prodotto e narrare tutto il lavoro artigianale che vi sta dietro, dal disegno alla creazione, perché il cliente vuole conoscere quello che compra, far indossare il gioiello per apprezzarlo al meglio. Deve innamorarsi del suo acquisto.

La risposta alla concorrenza del commercio elettronico non è la guerra sul campo di battaglia dello smartphone, che comunque si gioca con un sito internet aziendale attrattivo e un profilo social sempre aggiornato, ma si gioca sul campo dell'esperienza di acquisto dove nessuna "messa in scena" digitale potrà mai superare l'esperienza reale. Infine sono le capacità del gioielliere, l'empatia, la fiducia che trasmette, l'arte del raccontare le armi veramente efficaci per far

capitolare, in senso buono, il cliente.

---

# Congiuntura economica, imprese del terziario resilienti, ma non mancano le difficoltà

*Quadro altalenante. Prima- lieve- flessione della corsa dell'inflazione, si assestano i tempi di pagamento*



Le imprese del terziario bergamasco stringono i denti, con la sensazione che il peggio non possa che essere ormai alle spalle, dopo quattro anni estremamente difficili. Prosegue un quadro altalenante tra rallentamenti e frenate, inflazione e stretta creditizia. È quanto, in estrema sintesi, evidenzia il nuovo Osservatorio sul terziario delle imprese di Bergamo, indagine continuativa a cadenza semestrale, effettuata su un campione rappresentativo di imprese, da Confcommercio Bergamo in

collaborazione con Format Research.

Nonostante una flessione nell'ultimo semestre, la fiducia a Bergamo resta saldamente al di sopra della media nazionale. Positiva in particolare la fiducia nell'andamento della propria impresa: la previsione per l'autunno ( a quota 53) è superiore decisamente sia alla flessione registrata a marzo (da 51 a 48) che al valore nazionale (a 49). Resta alto il turnover delle imprese e preoccupa la fragilità delle nuove

aziende, chiamate per di più ad affrontare un mercato sempre più difficile. L'ultimo semestre ha registrato infatti un minore numero di aperture nel commercio, turismo e servizi. In risalita la previsione da qui a settembre dell'occupazione, dato in cui Bergamo presenta attualmente un dato peggiore di quello nazionale, ma prevede un recupero da qui ai prossimi sei mesi.

In generale, l'andamento e le previsioni evidenziano notevoli differenze per settori e dimensioni di impresa. Si allarga ulteriormente la forbice tra il clima di fiducia nell'ambito dei servizi, positivo anche per effetto della spinta finanziaria dei fondi legati al PNRR, e del turismo che - eccezion fatta per le aree di grande afflusso e attrattività - fatica ad uscire da una crisi strutturale. In difficoltà anche il commercio tradizionale per cui prosegue la difficile sfida al calo dei consumi, con le famiglie alle prese con inflazione e spending-review. "Il quadro evidenzia ancora criticità, anche se la fiducia, insita nel dna degli imprenditori, in particolare nei confronti dell'andamento della propria impresa è in miglioramento- commenta il presidente Confcommercio Bergamo Giovanni Zambonelli-. Le diversità tra settori e a livello dimensionale d'impresa sono evidenti. Basti pensare al turismo, che ha una ricaduta a macchia di leopardo a livello provinciale, con una crescita a Bergamo e nella Grande Bergamo, ma con fatiche e difficoltà nelle valli. In lieve miglioramento l'aumento dei costi, di cui si sono fatti carico in larga misura i commercianti per mesi. Preoccupano ancora la stretta al credito e l'aumento del costo del denaro. Oggi un'azienda media se non è più che strutturata sconta tassi elevati. E' cambiato il modo di rapportarsi al sistema bancario e il nostro territorio avverte la mancanza di istituti legati saldamente ad esso, ormai appannaggio di grandi gruppo bancari dal respiro internazionale. Anche l'occupazione resta una criticità. E su questi temi incentreremo la nostra assemblea annuale il 20 maggio e promuoveremo corsi di formazione con la nostra Cooperativa di garanzia Fogalco, per incrementare la cultura finanziaria".

“Il periodo si conferma complicato per la situazione internazionale e per il perdurare della stretta dei consumi. La preoccupazione c'è, ma la fiducia non manca - commenta Pierluigi Ascani, presidente Format Research-. Il quadro resta migliore che nel resto d'Italia. Nei prossimi mesi gli imprenditori mostrano di avere maggiore fiducia e ottimismo, con i principali indicatori in ripresa”.

### **Il tessuto economico: saldo negativo ma in miglioramento**

Il terziario della provincia di Bergamo è costituito da 43.837 imprese il 61,9% delle imprese extra agricole attive in provincia. Di queste 17.546 sono del commercio, 5.509 del turismo e 20.782 dei servizi (servizi alle imprese e servizi alla persona). Le nuove iscrizioni nell'ultimo semestre sono diminuite da 813 a 703 (-110). **Il saldo semestrale tra imprese nuove e cessate, seppur negativo, è migliorato perché è passato da - 655 (dato a settembre 2023) a - 480 (dato a marzo 2024).** Le nuove iscrizioni diminuiscono nel commercio, da 283 a 243, nel turismo da 110 a 82 e nei servizi da 420 a 378. Nel corso dell'ultimo semestre il saldo risulta in miglioramento in tutti i settori. Nel dettaglio: nel commercio da - 320 a - 263, nel turismo da -140 a - 95 e nei servizi da -195 a -122.

### **Clima di fiducia e congiuntura economica: previsioni positive da qui all'autunno**

La **fiducia nell'economia** a Bergamo, nonostante una lieve flessione nell'ultimo semestre (dove è scesa da 42 a 39) resta saldamente al di sopra della media nazionale, che sovrasta di ben 4 punti (in Italia il valore è 35). La previsione per il prossimo autunno è di un suo nuovo recupero a 42 (valore superiore alla media nazionale che si attesta a quota 39).

Il **sentiment** resta positivo e sopra la media per il solo settore dei servizi (nelle imprese con più di 10 addetti), in media per il commercio e nettamente al di sotto per il settore turismo e per le imprese meno strutturate (con meno di 10

addetti). Diminuisce in generale anche la **fiducia nell'andamento della propria impresa**: l'indicatore scende a 48 (3 punti in meno rispetto a ottobre 2023). Tuttavia **la previsione in vista dei prossimi mesi è di una crescita addirittura di 5 punti a 53**. I bergamaschi sono più ottimisti della media degli imprenditori italiani (indice a 46). In particolare, appare decisamente sopra la media l'indice del settore dei servizi e quello delle imprese più strutturate, con più di 10 addetti. In linea anche l'indice del commercio, mentre al di sotto delle attese il settore turismo e quello delle imprese fino a 9 addetti.

### **Andamento dei ricavi: nettamente sopra la media italiana, si prevede un rialzo**

L'indice dell'andamento dei ricavi è sceso a quota 50 (- 3 punti rispetto a settembre 2023). Le previsioni a sei mesi è positiva, con un rialzo a 54. L'indicatore relativo ai ricavi, nettamente superiore alla media del terziario nazionale (a quota 50, dopo una discesa di ben 6 punti nell'ultimo semestre, da 51 a 45). L'indice è sopra la media per i servizi e per le imprese sopra i 49 addetti, dove raggiunge quota 59. E' in linea per il commercio e le imprese tra i 6 e i 49 addetti e al di sotto per il turismo e per imprese fino a 5 addetti.

### **Occupazione: sotto la media nazionale ma si prevede un recupero entro l'autunno**

L'indice dell'andamento occupazionale delle imprese del terziario orobico è peggiorato rispetto a settembre 2023 ed è passato da 53 a 51. La previsione è di una risalita e un recupero a 53. Il dato è tuttavia peggiore di quello nazionale che è 54. Di contro, la previsione a livello nazionale da qui a sei mesi evidenzia un peggioramento, con uno sfiduciato 50 (sotto di 3 punti rispetto al dato provinciale, dove è appunto a 53). L'indice è sopra la media per il settore dei servizi e per le imprese dai 6 addetti. E' sotto la media per il

commercio e nettamente sotto la media per il settore del turismo e per le imprese micro e fino a 5 addetti.

### **I prezzi dei fornitori: aumenti per 6 imprese su 10**

Il 59,8% delle imprese registra un aumento dei prezzi dei fornitori, il 38,1% stabilità e il 2,1% una diminuzione. Rispetto all'autunno scorso inizia a rientrare leggermente il problema dell'inflazione, con una prima, lievissima, flessione (da 60,4% a 59,8%) delle imprese che dichiarano di registrare aumenti. Le previsioni per la prossima primavera sono meno plumbee: il 48,2% prevede un aumento, il 51,8% una stabilità.

### **I tempi di pagamento: in miglioramento, va peggio solo per il 14% degli imprenditori**

Continua il miglioramento dei tempi di pagamento con solo il 14% degli imprenditori che dichiara un suo peggioramento. L'indice specifico registra un primo deciso miglioramento dallo scorso autunno, 44 contro 35, con la previsione di recupero di ulteriori due punti, a quota 46, entro il prossimo ottobre.

---

# **Per gli acquisti importanti ci si affida al gioielliere di fiducia**

*L'8 maggio, dalle 13 alle 15, in sede incontro dedicato al settore orafo "Essere unici per distinguerci: strategie di eccellenza e unicità" Tra le categorie del commercio*

tradizionale, le gioiellerie mantengono il loro appeal. Quando si tratta di acquisti importanti, ad alto investimento emotivo ancora prima che economico, i consigli del commerciante e il poter valutare l'acquisto, ponderando attentamente la scelta, toccando con mano i preziosi, non hanno prezzo. Il 90,3% dei consumatori bergamaschi ha effettuato acquisti nel negozio specializzato di fiducia; il 45,5% degli indecisi sull'acquisto da fare si è affidato al gioielliere. E i suggerimenti si sono rivelati il canale prediletto per l'individuazione del gioiello da acquistare per ben il 43,3%, surclassando i consigli di amici e conoscenti (che rispettivamente incidono per il 24,7% e il 22%) e la pubblicità dei media tradizionali (10%). Per la stragrande maggioranza dei consumatori bergamaschi (il 72,7%), le gioiellerie sono al passo coi tempi e capaci di cogliere nuovi trend. Sono queste alcune delle principali evidenze emerse dalla ricerca commissionata da Confcommercio Bergamo a Format Research, con dati elaborati a fine aprile, basati su un campione di consumatori rappresentativo residente in città e



provincia di età compresa tra i 25 e i 54 anni e su un campione sperimentale e ragionato di gioiellerie al fine di analizzarne l'andamento dell'attività economica. Un primo vero e proprio focus sul comparto effettuato dall'associazione.

*“La ricerca restituisce un quadro del settore anche attraverso gli occhi del consumatore, consentendoci di apprezzare la stima e la fiducia che la clientela attribuisce al nostro lavoro di tutti i giorni, soprattutto per quanto riguarda la*

*professionalità– commenta **Alessandro Riva**, presidente Gruppo Commercianti di preziosi e antichità Confcommercio Bergamo. Stiamo assistendo, come nei ciclici momenti di crisi economica, alla valorizzazione dell'oro e di altri preziosi come beni- rifugio e ciò comporta un ulteriore investimento nella nostra professionalità e consulenza. Sono questi i veri*



*valori su cui puntare". Oltre la crisi e al di là degli investimenti, che interessano una parte minoritaria e privilegiata della clientela, il gioiello continua a mantenere la sua attrattiva: "Resta, al di là del sacrificio economico che richiede, l'acquisto per antonomasia per regali importanti ad altissimo investimento emotivo- continua Riva- . Un bene durevole dalla bellezza senza tempo, che va oltre la griffe e la moda del momento, per cui ci si affida ancora, come per gli altri acquisti di valore, agli esperti e ai loro consigli. La ricerca evidenzia il nostro ruolo nel consigliare e personalizzare la scelta di acquisti". Il gioielliere rappresenta per ben il 36,2% dei consumatori un valore aggiunto.*

### **L'identikit delle imprese del settore**

Le imprese del commercio al dettaglio di orologi, gioielleria e argenteria della provincia di Bergamo sono 138, pari all'8,9% del totale regionale. In Italia, su un totale di 715mila imprese del commercio al dettaglio, 12.711 sono imprese del commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioiellerie e argenteria. Le gioiellerie nella provincia di Bergamo hanno per il 58,7% un solo addetto, per il 18,8% due addetti e per il 17,4% 3 addetti. Solo il 2,9% ha oltre 4 addetti.

Il 47,1% delle gioiellerie della provincia di Bergamo sono ditte individuali, il 26,8% società di capitali e il 26,1% società di persone.

Quanto alla merceologia in vendita, gioielli in oro (96,9%) e gioielli con pietra (97,6%) sono tra le tipologie di prodotti i più venduti negli esercizi commerciali della provincia di Bergamo.

### **Andamento economico delle gioiellerie**

L'andamento economico e della liquidità le gioiellerie di Bergamo nel 2023 è rimasto perlopiù invariato rispetto al 2022. Per il 2024 è previsto un miglioramento su entrambi i

fronti: l'indicatore previsionale sale infatti a quota 53 dai 50 attuali.

### **Innovazione in gioielleria: il 13,3% dei ricavi avviene da vendite con e-commerce**

Oltre la metà (52,6%) delle gioiellerie della provincia di Bergamo ha sia un sito web sia un profilo sui social network, il 18,1% ha solo un profilo sui social network, il 7,4% ha solo un sito web. Tra coloro che hanno un sito web, l'utilizzo principale è quello dedicato al marketing per il 60% (per il 40% per l'esposizione dei prodotti, per il 20% per comunicare le novità) e all'e-commerce per il 30%. Dalle vendite online le imprese realizzano il 13,3% del loro fatturato. L'assistenza alla clientela passa anche dal web e dai social: il 10% li utilizza anche per rispondere alle svariate richieste dei clienti.

### **Attrattività dei gioielli**

Nell'ultimo biennio, il 69% dei consumatori della provincia di Bergamo è entrato almeno una volta in gioielleria e ha acquistato gioielli (sia in gioielleria che online). La percentuale scende al 27% per coloro che sono entrati in gioielleria ma non hanno effettuato acquisti. Il 3,7% non è entrato in gioielleria, ma ha acquistato altrove preziosi.

### **Tipologie di acquisto**

Gioielli in oro (31,9%) e in argento (30,3%) sono le tipologie di gioielli più acquistate dai consumatori della provincia di Bergamo. Seguono orologi di fascia fino a 500 euro (il 23,6%), gioielli con pietra (20,8%), orologi di alta gamma (11,1%) e gioielli in platino (3,2%). Circa la metà (49,5%) degli intervistati ha dichiarato di dare rilevanza nella scelta del prezioso acquistato al rapporto qualità/prezzo, alla forma, alle linee ed al design (47,4%) e ai materiali con cui è creato (25,9%). Segue il brand (23,1%) e l'unicità e la lavorazione a mano (15,7%).

## **Guida agli acquisti**

Il 50,5% aveva un'idea vaga sull'acquisto da compiere prima di recarsi in gioielleria, il 38,9% aveva un'idea precisa mentre l'11,6% non aveva idee. Il 45,5% dei consumatori indecisi sull'acquisto da compiere si è recato in gioielleria per avere una consulenza dal gioielliere, il 27,3% ha effettuato prima una ricerca online e successivamente si è recato in gioielleria e il 21,2% ha effettuato l'iter al contrario (ha approfondito online dopo essere stato in negozio). Il 6,1% ha effettuato solo un'approfondita ricerca online su più siti e social. I suggerimenti del gioielliere si rivelano il canale prediletto per l'individuazione del gioiello da acquistare (43,3%), seguiti dai consigli di amici e conoscenti e dal web (24,7% e 22%) e dalla pubblicità dei media tradizionali (10%).

## **I plus della gioielleria per i consumatori**

Il 90,7% dei consumatori ha effettuato il proprio acquisto in gioiellerie, ossia nel locale fisico. Solo il 9,3% si è affidato all'online. Tra coloro che hanno acquistato presso un negozio fisico il «toccare» il prodotto (56,1%) e l'immediatezza dell'acquisto (38,3%) sono tra le motivazioni principali. Il gioielliere rappresenta per ben il 36,2% un valore aggiunto e assiste in tutte le fasi di acquisto. L'acquisto tradizionale mette infatti al riparo da problematiche per ben il 19,9%, oltre a non essere soggetto a possibile truffe (per il 17,9%). Non manca la fiducia: l'11,7% si affida al gioielliere di sempre.

## **Consumatori e e-commerce**

Tra il 9,3% di coloro che hanno effettuato l'acquisto online, il 50% motiva la scelta dando rilevanza alla facilità ed alla velocità nel trovare il prodotto desiderato e alla maggiore ampiezza dell'offerta su web (45%). Non manca la considerazione di prezzo (più vantaggioso per il 45%), la

libertà di acquistare dove e quando si desidera (30%), la possibilità di approfondire il prodotto (20%) e il rimborso di parte della cifra spesa sottoforma di buoni e coupon (5%).

### **L'incontro in programma l'8 maggio dalle 13 alle 15**

Un momento di lavoro, di confronto e di discussione per esplorare come il settore orafa sta affrontando i cambiamenti in atto, adattandosi alle nuove esigenze dei consumatori. **L'8 maggio dalle 13 alle 15 in Sala Conferenze nella sede di Via Borgo Palazzo 137**, è in programma l'incontro **"Essere unici per distinguerci: strategie di eccellenza e unicità"** promosso da **Confcommercio Bergamo e Federpreziosi Confcommercio**. Il focus sul settore, moderato dal direttore **Oscar Fusini**, vede la partecipazione di **Giovanni Zambonelli**, presidente Confcommercio Bergamo, **Stefano Andreis**, presidente Federpreziosi Confcommercio, **Pierluigi Ascani**, presidente Format Research, che presenta l'indagine sul comparto. Ad analizzare e commentare i dati, il presidente del Gruppo Commercianti di preziosi e antichità Confcommercio Bergamo **Alessandro Riva** e **Steven Tranquilli**, direttore Federpreziosi Confcommercio.

---

## **Bergamo piange Ornella Arrigoni Viscardi, addio alla fondatrice di Foto Ottica Skandia**

*Manca a 90 anni, dopo una vita dedicata al lavoro e alla famiglia. Fondamentale il suo appoggio nell'apertura della storica attività nel 1957*



Il mondo del commercio e la città di Bergamo, in particolare i quartieri di Boccaleone e Borgo Palazzo, piangono Ornella Arrigoni, co-fondatrice dell'Ottica Skandia, storica attività – riconosciuta nel 2015 dalla Regione- avviata con il marito Nicola Viscardi nel 1957, a Boccaleone. Le sue origini, racchiuse anche nel nome "Skandia", parlano di una passione per la fotografia e di un amore nati in Svezia, dove Ornella aveva conosciuto Nicola, emigrato come tecnico per cabine elettriche dell'azienda Asea nel 1948. Nell'obiettivo fotografico, utilizzato prevalentemente per documentare la sua attività, il signor Viscardi scopre presto una vocazione, che diventerà anche una nuova strada. Di ritorno a Bergamo nel 1957, grazie al fondamentale appoggio della moglie Ornella, Viscardi apre uno studio fotografico nel quartiere di Boccaleone. L'attività, che lo porterà ad occuparsi principalmente di servizi fotografici per matrimoni ricorrenze varie, si chiamerà "Skandia", in omaggio a quella terra lontana che gli aveva permesso, qualche anno prima, di avvicinarsi al mondo della fotografia. Con il passare degli anni il negozio cresce e conosce un numero sempre maggiore di clienti, tanto che, per stare al passo coi tempi e riuscire a soddisfare al meglio le diverse esigenze, negli anni Sessanta si trasferisce in via Piatti, sempre a Bergamo, per poi approdare nel 1970 al civico 87/g di via Borgo Palazzo, ed infine, nel 1974, nella sede attuale. Proprio gli anni Settanta, con il crescente sviluppo del mercato della fotografia e l'incremento nella vendita delle attrezzature relative, rappresenteranno per Skandia un passaggio importante: l'azienda sarà tra le prime in Italia ad organizzare svariate, particolari iniziative in ambito fotografico. In questi anni Skandia, in seguito all'ingresso dei figli di Nicola, Giovanni e Roberto, aprirà le porte al mondo dell'ottica(occhiali vista uomo e donna, occhiali da

sole, occhiali da lettura, lenti a contatto, montature a Bergamo). Da qui in poi l'attività continuerà ad evolversi: oggi l'azienda, si avvale di tre collaboratori, due dei quali specializzati nel campo dell'ottica e uno nell'elaborazione di immagini, sviluppo e stampa digitale.

Sempre sorridente, energica e solare, Ornella Arrigoni lascia un indelebile ricordo tra chi l'ha conosciuta, oltre che nella clientela e in associazione. Confcommercio Bergamo si unisce al dolore di tutta la famiglia, dei figli Giovanni e Roberto e del nipote Nicola Viscardi, che rappresenta la terza generazione della famiglia di imprenditori.

---

## **Pizza in pala, la migliore del mondo è bergamasca**

*Salvatore La Porta, chef-pizzaiolo di Castelli Calepio trionfa al Campionato mondiale della pizza 2024 a Parma* La migliore pizza del mondo è bergamasca, o meglio di Castelli Calepio. Salvatore La Porta ha trionfato nella categoria Pizza in pala al Campionato mondiale della pizza 2024 che si è svolto alla Fiera di Parma. Salvatore La Porta è il titolare della pizzeria "Al posto giusto" a Castelli Calepio, aperta da dodici anni e che da due è in via dei Mille 117. A complimentarsi con lui, per «la grande passione e creatività», è stato il presidente della Regione Attilio Fontana con un post su Instagram. Il pizzaiolo, che nel 2023 è arrivato terzo ai mondiali, si è aggiudicato anche il Premio Parmigiano Reggiano. «Nasco come cuoco – spiega La Porta – pertanto le mie pizze sono tutte ad alta idratazione e con l'abbinata di piatti della tradizione: alla gara ho portato Parmidoro una

semplice parmigiana di melanzane, tagliate a listarelle e cotte al vapore, finite in cottura con il pomodorino giallo. La parmigiana è stata messa sopra la pizza con l'aggiunta di sfere di speciali Rocher di Parmigiano, solo che al posto della nocciola, all'interno c'è la caponata». Nella categoria pizza classica ha trionfato Giulia Vicini, sempre di Castelli Calepio, che ha vinto per il secondo anno consecutivo anche il



premio sulla Sostenibilità – La pizza del cambiamento, realizzato in collaborazione con la farina Le 5 Stagioni di Agugiaro & Figna Molini.

Giulia Vicini e la socia Giulia Zanni gestiscono la pizzeria Giuly Pizza. La vittoria è arrivata con una pizza vegana a

base di verdure dell'orto di proprietà e prodotti bergamaschi come il mais rostrato rosso della Val Seriana. Il padre Marco Zanni, ha avviato l'insegna nel 2012 e, negli anni, ha insegnato il mestiere alla figlia e alla collega. Nel 2023 Giulia aveva già conquistato il terzo posto nella categoria pizza classica.

---

## **Dal Made in Italy al Sense of Italy (SofI), che vale 123 miliardi di euro**

*Un super brand, come il turismo, che agisce positivamente e a lungo termine sull'economia* Il 15 aprile il nostro Paese ha festeggiato la prima giornata del "Made in Italy", promuovendo il valore e la qualità delle opere dell'ingegno e dei prodotti

italiani. Il Forum Internazionale di Confcommercio, organizzato a Roma in collaborazione con Ambrosetti a Villa Miani, invita ad andare oltre il concetto di "Made in Italy" e ad ampliarlo al "Sense of Italy" SofI, che vale nel complesso 123 miliardi di euro, considerando il saldo tra esportazioni e importazioni. Il "fatto in Italia" è troppo riduttivo per semplificare la portata dei prodotti italiani. Attorno ad ogni singolo prodotto ruotano servizi e alla combinazione tra prodotti e servizi, lo stile di vita e il gusto italiano, quell'"italian sound" che rappresenta una vera e propria molla per i consumi. Si consumano prodotti perché si apprezza la bellezza dell'Italia. E ciò vale soprattutto per i consumatori stranieri. I numeri lo confermano: nel 2022 a fronte di 713 miliardi di valore di esportazioni complessivi, la differenza con le importazioni ha creato un disavanzo della bilancia commerciale di -29,5 miliardi.

Eppure le quattro A dei settori del "Made in Italy"- Agroalimentare, Abbigliamento, Arredamento e Apparecchiature consumer- hanno realizzato, con il turismo consumer esportazioni per 213,6 miliardi e un saldo positivo di 123 miliardi. Perdiamo su tutto quanto non richiama il Sense of Italy- SofI: un saldo negativo di 152,5 miliardi con un disavanzo pauroso sull'energia (-120,5 miliardi). Ciò vuol dire che il "Sense of Italy" SofI è il motore trainante del nostro Paese. In questo macro- settore, dopo la moda, il turismo - come servizio esportato agli stranieri- è la seconda voce con 44,3 miliardi di esportazioni e un saldo di 25,3 miliardi.

Il SofI è un super- brand o meta-brand e ribadisce come la scelta dei consumatori sia guidata anche, se non soprattutto, dall'origine e provenienza, dal cosiddetto "Country of origin effect". Esprime scelte che vanno ben oltre quella razionale del rapporto qualità-prezzo, ma che si lasciano guidare da fattori emozionali ed esperienziali, proprio come il desiderio indotto da un'esperienza. Vale a dire, acquisto dall'Italia



perché ho visitato l'Italia e amo il suo cibo, il suo modo di vivere, vestire, abitare, et cetera.

In altri termini, il Sense of Italy, può rappresentare per svariate ragioni un'opportunità. Consente politiche di prezzo molto soddisfacenti, risente meno dell'andamento del ciclo economico e finanziario, oltre a pagare abbondantemente la bolletta energetica (importata) e ad incorporare ridotte importazioni da altri Paesi.

Secondo l'Ufficio Studi di Confcommercio il SofI non solo è una voce concreta dell'economia, ma un indicatore che raccoglie la "parte più desiderata e pregiata della nostra economia", peraltro caratterizzata da "parametri che la rendono resistente al ciclo economico e non troppo soggetta a insidie di prezzo". È infatti una voce molto elastica al ciclo positivo, cioè quando l'economia mondiale rappresentato dal PIL pro capite cresce maggiormente, 3,1 contro il 1,5 del non SofI, meno elastico al ciclo negativo (2,4).

Infine esiste una contaminazione positiva tra export di beni e presenze turistiche. Secondo una ricerca di Confcommercio che riguarda le presenze turistiche straniere in Italia dal 2013 al 2019 e le esportazioni verso 45 Paesi europei ed extraeuropei, al crescere dell'1% delle presenze in Italia degli stranieri di un Paese, a parità di altre condizioni, le importazioni dall'Italia di quel Paese crescono tra lo 0,5% e lo 0,9%.

L'effetto positivo del turismo non agisce quindi solo a breve sulla bilancia commerciale ma con un effetto di lungo termine.

Non male per un settore ancora da molti – e a torto – considerato di seconda serie, che dovrebbe essere invece centrale nei piani industriali del nostro Paese.

---

# L'arte di Manuel Bonfanti da Bergamo a Venezia, con sosta nella sede cittadina Confcommercio

*Esposte due tele, a tecnica mista, dell'artista visivo, tra cui un lavoro preparatorio per la collettiva all'Art Biennial dell'European Cultural Centre di Venezia, dove presenta "In The Middle of Now-Where". Dal 20 aprile al 24 novembre in concomitanza con la Biennale d'arte di Venezia Confcommercio Bergamo abbraccia l'arte contemporanea, ospitando due tele dell'artista visivo bergamasco Manuel Bonfanti. Un modo per valorizzare, con l'esposizione di due opere nella sede di Via Borgo Palazzo 137, l'impegno dell'artista, in vista della sua partecipazione a Venezia alla 2024 Art Biennial dell'European Cultural Centre. Manuel Bonfanti parteciperà infatti per la prima volta alla Biennale dell'European Cultural Centre, iniziativa in concomitanza con la Biennale d'arte di Venezia 2024. Dal 20 aprile al 24 novembre sarà esposta a Palazzo*



*Mora, nell'ambito della collettiva intitolata "Beyond Boundaries", l'opera pittorica "In The Middle of Now-Where". L'enorme tela, realizzata con tecnica mista, di venti metri quadrati, tra trasparenze e stratificazioni materiche, con un blu profondo e oceanico tracciato e poi raschiato, ridipinto e rilavato, esprime e riafferma, attraverso la negazione di spazio e tempo, l'andare oltre i confini e la ristrutturazione e*

ricostruzione spirituale del sé. Uno spazio libero dove tornare a immaginare per edificare la propria anima. “Now-where è l’utopia, un mondo utopico che viene negato proprio dal Qui e dall’Ora, di fronte a me, qui, davanti ai miei occhi” spiega l’artista Manuel Bonfanti . “E’ un onore accompagnare idealmente a Venezia un artista di valore come Manuel Bonfanti, che ci ha coinvolto con entusiasmo nell’esposizione di due sue opere nella nostra sede- commenta Oscar Fusini, direttore Confcommercio Bergamo- . Confidiamo in un buon successo della collettiva a Palazzo Mora e invitiamo gli imprenditori a visitare la mostra a Venezia, in concomitanza con la Biennale”.

In The Middle of Now-Where rappresenta il terzo importante progetto di Aedificante Onlus, iniziativa culturale dell’imprenditore bergamasco Giuseppe Taramelli e della moglie Stefania Gambirasio dedicata ai valori umani del costruire. Il quadro



astratto di 6,5 metri di larghezza per 3 metri di altezza, rappresenta un imponente edificio dell’anima, che cattura la vista occupando interamente una delle pareti di Palazzo Mora, prestigiosa sede in Strada Nova a Cannaregio dell’istituzione culturale European Cultural Centre fondata dall’artista olandese Rene Rietmeyer nel 2002. “Dal vuoto simbolizzato di In the Middle of Now-Where tutto rinasce, nell’intento di elevarci con l’eleganza della forma e della materia. Per questo l’imprenditore bergamasco Giuseppe Taramelli (Taramelli Srl, specializzata nella ricostruzione di edifici, con progetti nazionali, come l’head quarter di Bottega Veneta a Palazzo San Fedele a Milano, e internazionali dalla Cina all’Inghilterra) ha voluto sostenere la ricerca di Bonfanti con Aedificante per una cultura nuova della ricostruzione: “Guardiamo all’arte con molta attenzione, perché progettisti, architetti, artigiani e maestranze possono sempre imparare

dagli artisti. Creare bellezza in modo cosciente ci rende umani; se guardiamo bene, tanto le opere d'arte quanto gli edifici diventano lo specchio della nostra anima".

## **L'artista**

Manuel Bonfanti è nato a Bergamo nel 1974, città in cui vive e lavora. Si è diplomato a Milano all'Accademia di Belle Arti di Brera. Ha esposto nel corso degli anni in Italia e all'estero. La sua ricerca si concentra sulla relazione estetica tra sublime, spazio e luce, spesso trattata con tele di grandi dimensioni. Dopo l'inaugurazione a Venezia, il 20 aprile, nell'ambito della citata collettiva Beyond Boundaries all'European Cultural Centre a Palazzo Mora, a Milano l'Area 35 Art Gallery (in Via Vigevano, 35), ospiterà dal 23 aprile (vernissage alle 18.30, esposizione fino al 24 maggio) la personale dedicata all'artista. La mostra "Visions Unveiled, In The Middle of Now-Where", con Giacomo Marco Valerio curatore, rappresenta un'importante retrospettiva dedicata all'artista, coprendo gli ultimi quindici anni della sua carriera e l'evoluzione del suo linguaggio espressivo.

Nella sede Confcommercio Bergamo, in Via Borgo Palazzo 137, è esposta la tela preparatoria alla maestosa opera "In the middle of now-where", 108×180 cm, realizzata nel 2024 con tecnica mista. In esposizione anche "Air Space", 100×150 cm, realizzata nel 2022 con tecnica mista su tela.