

Cristina Pontiggia è la nuova presidente dei Giovani Imprenditori

Rinnovato in toto anche il direttivo con i consiglieri entranti Matteo Mongelli, Carlo Allevi, Stefania Carissimi, Valentina Distaso, Roberto Nembrini, Michele Volpi e Filippo Pavesi



Cristina Pontiggia

Cambio al vertice dei Giovani Imprenditori di Ascom Confcommercio Bergamo: a guidare il Gruppo per i prossimi cinque anni sarà infatti Cristina Pontiggia, 36 anni titolare dell'Airport Hotel di Bergamo, che sostituisce Alessandro Capozzi. Rinnovato in toto anche il direttivo con i consiglieri entranti Matteo Mongelli, 27 anni, Carlo Allevi, 35 anni, Stefania Carissimi, 26 anni, Valentina Distaso, 26 anni, Roberto Nembrini, 38 anni, Michele Volpi, 23 anni, e Filippo Pavesi, 27 anni.

Il Gruppo Giovani Imprenditori di Ascom Bergamo è nato per sostenere la crescita professionale, istituzionale e sociale dei giovani imprenditori del terziario in un periodo storico difficile per le nuove attività imprenditoriali guidate da

under 42: su circa 24 mila attività del terziario, infatti, le partite iva sono poco più di 4 mila, circa il 17%. A queste si aggiungono circa 7 mila persone tra soci di società e coadiuvanti familiari. «Stiamo vivendo una fase di arretramento dell'imprenditorialità giovanile a causa anche di un deficit di competenze manageriali – sottolinea Pontiggia -. Dobbiamo lavorare insieme per attirare i giovani e avvicinarli al mondo dell'autoimprenditorialità, a cominciare dalle scuole dove Ascom è già stata presente per un confronto con gli studenti».

E sul passaggio di testimone Pontiggia raccoglie un'eredità importante: «Riattiveremo i progetti che si sono fermati a causa della pandemia e porteremo avanti quelli già avviati – conclude la presidente -. Il nostro è un consiglio ricco di competenze diversificate e questo ci consentirà di lavorare su progetti concreti e in presenza per affiancare e supportare l'imprenditorialità giovanile».

Fipe, vertici a RistorExpo: “La ristorazione è ancora in affanno in Lombardia”

Rincari energetici e tensioni della guerra in Ucraina mettono al freno i consumi



Giorgio Beltrami

Un sospiro di sollievo per l'allentamento delle misure di contrasto al Covid-19, ma preoccupazione per i costi energetici e delle materie prime oltre che per le tensioni della guerra in Ucraina, nuove difficoltà che incidono in modo significativo sulle attività di ristorazione. E primi segnali di allarme sul fronte inflazione e sui bilanci delle famiglie, che saranno costrette a una riduzione dei consumi. È quanto emerge dalla Giunta Esecutiva del Comitato lombardo dei Pubblici Esercizi presieduto dal presidente Fipe Lino Stoppani, che si è tenuto a Lariofiere in occasione di RistorExpo. "La graduale eliminazione delle restrizioni Covid – dichiara Stoppani – è un altro passo in avanti verso la normalità per il settore, ma è evidente che il ritorno alle condizioni pre-pandemiche non avverrà da un giorno all'altro, considerati anche i rincari energetici e delle materie prime. Per questo motivo è fondamentale continuare a sostenere le imprese della ristorazione con misure concrete, sui temi della liquidità riscadenziando i termini di rimborso dei prestiti generati dalla crisi pandemica, favorendo la tenuta dell'occupazione ed evitando la dispersione di competenze, contrastando i fenomeni speculativi che interessano i prezzi delle materie prime, mantenendo la detassazione sui dehor che non solo si sono rivelati un grande aiuto per gli operatori, ma hanno contribuito a creare un nuovo modello di città, fatto di relazioni diffuse sul territorio e di una socialità sempre più vissuta all'aria aperta". Il lungo periodo della pandemia, con i conseguenti lockdown, le quarantene e l'utilizzo

massiccio dello smart working, hanno colpito duramente l'intero comparto della ristorazione. A rilevarlo è il Centro Studi di Fipe, che nel "Rapporto Ristorazione 2021" evidenzia a livello nazionale lo stato di crisi del settore, con forte impatto sui fatturati, sui livelli di occupazione e sui tassi di mortalità delle imprese, con un saldo negativo delle attività (- 14.000 imprese) e in Lombardia consumi alimentari fuori casa fermi a 11 miliardi di euro, rispetto ai 15,3 del 2019. Un riconoscimento dell'importanza economica e identitaria del settore arriva dalla Carta dei Valori della Ristorazione Italiana, documento che richiama i principi e i valori di un settore – economici, sociali, culturali, storici e antropologici – strumento fondamentale per la promozione e la valorizzazione delle eccellenze della filiera enogastronomica e turistica, già firmata dal ministro del Turismo Massimo Garavaglia, da Attilio Fontana – primo Presidente di Regione a sottoscriverla – dal Sindaco di Milano Beppe Sala e da tanti altri illustri rappresentanti delle istituzioni e della società civile. Carta dei Valori firmata dai componenti della Giunta del Comitato lombardo dei Pubblici Esercizi. "La Carta dei Valori non rappresenta solo un inno alla cucina italiana, alla tradizione e alla socialità – prosegue il Presidente di Fipe Lino Stoppani – ma un impegno concreto di tutela dei valori intrinseci a questi elementi, parte integrante dell'immaginario collettivo nazionale e non solo. In Lombardia nei prossimi anni avremo la grande opportunità di far conoscere ancora di più al resto d'Italia, d'Europa e del mondo la nostra tradizione enogastronomica, grazie ad appuntamenti come Bergamo Brescia Capitale della Cultura 2023 e le Olimpiadi Invernali del 2026".

Tra le problematiche più sentite dalla categoria, la difficoltà nel trovare personale: "Viviamo il paradosso di riprendere finalmente a lavorare, ma non riusciamo a trovare camerieri, cuochi, baristi – commenta **Giorgio Beltrami**, vicepresidente regionale del coordinamento di Fipe Lombardia. Per questo Fipe sta organizzando Talent day per favorire l'incontro tra domanda e offerta nel nostro comparto. La base

associativa in questo momento si divide tra la difficoltà di reclutamento del personale e l'aumento verticale dei costi di gestione . Ciò porta alle esigenze, contrapposte, di assecondare un miglioramento delle condizioni lavorative dei dipendenti e la necessità di contenere i costi”.

Terziario Donna, Alessandra Cereda confermata alla guida. Francesca Bassi neo-vice

Il consiglio è stato completamente rinnovato: Francesca Fuselli, Norma Mazzoleni, Cristina Mora, Stefania Carissimi, Veronica Rota e Vincenza Carissimi nel direttivo



E' stata confermata alla guida di Terziario Donna Alessandra Cereda che, al secondo mandato consecutivo, resterà in carica fino al 2026. Cereda, classe 1976, della "Mobil Cereda" di Zanica, è affiancata dalla neo vicepresidente Francesca Bassi di "Chapeau Cafè e Bistrot" di Bergamo.

Il consiglio è stato completamente rinnovato e vede la nomina di Francesca Fuselli di "Fuselli Sport" di Almè, Norma Mazzoleni di "Dif Spa" di Azzano San Paolo, Cristina Mora di "Ferramenta Mora Venanzio" di Pedrengo, Stefania Carissimi di "Maracuja Agency" di Bergamo, Veronica Rota di "Mobil Rota" di

Almeno San Bartolomeo e Vincenza Carissimi di “Bar Commercio” di Osio Sotto.

I due anni di emergenza Covid-19 hanno visto crescere il numero di imprese femminili, che hanno dato dinamicità al fenomeno dell’autoimpiego, ma hanno anche segnalato la debolezza del nostro sistema economico e la necessità di rafforzare il supporto ai neo imprenditori. “La pandemia ha messo in evidenza tutti i limiti della conciliazione famiglia lavoro e le difficoltà sono state enormi in questi due anni- sottolinea Alessandra Cereda-. Tra quarantene e stop alla didattica, l’impegno delle donne, divise tra lavoro e famiglia, è stato davvero enorme e purtroppo non sempre riconosciuto”. L’impegno della categoria è quello di continuare a supportare le imprese al femminile: “Il primo passo è l’informazione e il costante aggiornamento su bandi, bonus e opportunità, anche sul fronte Pnrr. Contiamo di organizzare poi webinar e convegni sui temi più sentiti dalle nostre imprese. Prosegue inoltre, sul piano personale e welfare, l’impegno del Gruppo a fianco di Ente Mutuo regionale, con incontri mirati sulla salute femminile e sul ruolo insostituibile della prevenzione e sensibilizzazione”.

Quanto ai numeri, si contano in città e provincia 13.884 donne con funzioni imprenditoriali, di cui 4802 ditte individuali e 1082 legali rappresentanti di società, cui si aggiungono circa 8mila soci e coadiuvanti (dati Ascom su elaborazione fonte camerale al IV trimestre 2021).

Metodo classico, degustazione

alla cieca allo Chapeau Bistrot

Appuntamento con il blind tasting giovedì 14 aprile



Proseguono le serate di degustazione allo Chapeau Bistrot di Redona, il locale diventato un punto di riferimento e luogo di

aggregazione della nuova piazza Don Sergio Colombo, di fronte alla chiesa del quartiere. Il prossimo appuntamento è per giovedì 14 aprile, con la prima spumeggiante degustazione alla cieca. La serata a tema celebra infatti le bollicine con metodo classico, con abbinamenti studiati dallo chef del locale Paolo Frisoli. Per i nasi e palati più fini che riusciranno a indovinare la provenienza di almeno tre tra gli champenoise serviti è previsto a fine serata un omaggio (per prenotazioni 331.6392660). Il menù si apre con carpaccio di salmerino con avocado e mais soffiato; segue la patata pavè con fonduta di pecorino e panna alle erbe. La cena prosegue con raviolo di rapa rossa con ricotta e finocchietto e filetto di maialino con cavolo nero e cremoso di fagioli.



“Le serate, organizzate una volta al mese nel giorno di chiusura del locale, aperto normalmente la sera dopo cena solo dal venerdì alla domenica, stanno diventando un’occasione d’incontro per i nostri clienti più affezionati e rappresentano un’ottima occasione per chi ancora non ci conosce di gustare i piatti del nostro chef e scoprire le cantine e vignaioli con cui collaboriamo- commenta **Francesca Bassi**-. Con questa prima degustazione alla cieca festeggeremo

Pasqua in anticipo con chi parte e ci prepariamo ad accogliere ai nostri tavoli chi resta con un menù speciale per l'occasione". A Pasqua il locale propone due menù diversi, oltre a una carta studiata per i più piccoli ospiti. Tra i piatti in carta, crudo di manzo con branzi stagionato, lamponi e zenzero, a seguire, il fusillone di pasta fresca con fondo di melanzana e dragoncello. E ancora, lomo di baccalà con cioccolato bianco e salvia e, per chiudere, la colomba con mascarpone, crumble alle mandorle e agrumi canditi.

Il bistrot, inaugurato a novembre 2020, è ormai una meta per colazioni golose con brioche e torte di pasticceria, pranzi di lavoro, merende con gelato artigianale o cioccolate fumanti, aperitivi gourmet con mixologist per poi proseguire la sera con cene e cocktail.

Luca Bonicelli confermato alla guida dei Gastronomi e Salumieri

Lo affianca con il ruolo di vicepresidente Gianluca Pellegrini dell'omonima insegna di Berbenno



Luca Bonicelli

Luca Bonicelli è stato riconfermato alla guida del Gruppo Gastronomi e Salumieri Ascom Confcommercio Bergamo. 48 anni, titolare di "Bonicelli salumeria e catering" di Villa d'Ogna, ricopre la carica dal 2016 e fa parte del 2001 del direttivo. Lo affianca con il ruolo di vicepresidente Gianluca Pellegrini dell'omonima insegna di Berbenno. Fanno parte del direttivo con il ruolo di consiglieri: Mauro Rocchi di "F.M.G" di Bonate Sotto, Omar Mottini della gastronomia "Le delizie" di Osio Sopra, Nunzio Carrara di "Carrara Fratelli Snc" di Bergamo e Alessandro Marchesi della Macelleria Marchesi di Seriate. "Ringrazio tutti per la riconferma, un attestato di stima che ricambio perché ho la fortuna di guidare un gruppo coeso che negli anni ha sempre portato avanti in modo compatto diversi progetti e iniziative, dall'educazione al gusto rivolta ai più piccoli alle dimostrazioni in fiera, alle serate in collaborazione con il consorzio del Moscato di Scanzo". La pandemia ha fatto riscoprire l'importanza dei negozi di prossimità per gli acquisti di tutti i giorni: "Nei giorni più difficili abbiamo sempre garantito l'approvvigionamento, sdoppiandoci tra consegne a casa e presenza in negozio-continua Bonicelli-. I clienti hanno riconosciuto la nostra professionalità e riscoperto la qualità del nostro servizio e dei prodotti. Ora registriamo una flessione post pandemia, imputabile anche al minore potere acquisto causato dai rincari energetici". Fare leva anche sui prezzi diventa un asset importante per la competitività dei piccoli negozi, grazie alle economie di scala: "Dobbiamo cercare di fare davvero sinergia, spuntando accordi commerciali più vantaggiosi sui prodotti da scaffale. Se siamo uniti possiamo ottenere condizioni migliori non solo sulle forniture di prodotto ma anche sulle utilities, perché i rincari incidono pesantemente sulle nostre attività. Prezzi minori abbinati al nostro servizio e professionalità non possono che rappresentare un supporto per la spesa quotidiana. Confidiamo in un maggior ricorso agli acquisti sotto casa per ridurre gli sprechi, anche economici visto il rincaro dei carburanti".

Sono 857 i negozi di alimentari, gastronomia e salumerie bergamaschi, di cui 114 in città. In 5 anni si sono perse 37 attività (-4,1 %); in città invece si è registrato un aumento di 4 unità, con una crescita del 3,6% (si è infatti passati dalle 110 insegne del 2017 alle 114 attuali). Nell'ultimo anno si è assistito a 14 chiusure (-1,6%), di cui 3 in città (-2,5%). il calo più importante si è avuto dal 2018: si contavano infatti 914 insegne, 126 in città.

Distretti del commercio, in arrivo 42 milioni 850mila euro. “Riconosciuto il ruolo delle associazioni”

Il 28 aprile in Ascom incontro aperto alle amministrazioni comunali che fanno parte dei distretti del commercio bergamasco ed ai responsabili di distretto per presentare il bando

Regione Lombardia, su proposta dell'assessore allo Sviluppo Economico, Guido Guidesi, ha deciso di stanziare 42.850.000 di euro per i Distretti del Commercio. Lo prevede il nuovo bando presentato oggi in Regione dallo stesso assessore e dai rappresentanti di Anci, Confcommercio e Confesercenti e i cui criteri sono stati approvati questa mattina dalla Giunta con specifica delibera. La misura ha una duplice finalità, da un lato quella di promuovere e consolidare la ripresa delle economie locali nei Distretti del Commercio lombardi, sostenendo sia gli investimenti diretti degli operatori economici, sia gli interventi di qualificazione del contesto

urbano e del territorio realizzati dagli Enti locali; dall'altro quella di premiare le eccellenze progettuali, ovvero i Distretti più innovativi e strutturati, capaci di elaborare a medio termine una strategia complessiva di sviluppo del territorio e di realizzare un piano di interventi coerente e articolato, favorevole allo sviluppo economico e alla qualità del servizio.

L'assessore allo sviluppo economico Guido Guidesi: «La novità più rilevante della misura rispetto al passato riguarda la dotazione finanziaria, raddoppiata e che passa da circa 20.000.000 di euro a 42.850.000 di euro. Un lavoro importante condiviso con le associazioni di categorie di settore e con i comuni. È il metodo lombardo, quello dell'ascolto e dell'impegno comune per valorizzare e sostenere concretamente le imprese lombarde, in questo caso i commercianti che stanno ancora duramente pagando le conseguenze della pandemia sanitaria, della pandemia energetica e della difficoltà del reperimento di materie prime. Come Regione vogliamo fare tutto il possibile per tutelare le aziende e quindi il lavoro».

I BENEFICIARI – I beneficiari diretti sono i Comuni, le Comunità Montane e le Unioni dei Comuni aderenti ad uno dei Distretti già riconosciuti. I beneficiari indiretti sono le PMI e gli aspiranti imprenditori che soddisfano specifici requisiti (dettagliamene elencati nel bando). È inoltre facoltà del Distretto, in considerazione delle specificità del proprio territorio, ammettere come beneficiari anche: attività di commercio su area pubblica che soddisfino alcuni specifici requisiti (dettagliatamente elencati nel bando) e che, in luogo di una unità locale, dispongano di una concessione all'interno dell'ambito territoriale del Distretto; le attività di servizi alla persona che non soddisfino il requisito di avere vetrina su strada o essere situate al piano terreno degli edifici o all'interno delle corti.

AGEVOLAZIONI – Il bando finanzia diverse tipologie di progetti, come ad esempio quelli di imprese finalizzati

all'apertura di nuove attività o alla riqualificazione e al rilancio di attività esistenti, oppure interventi realizzati dai Comuni per la qualificazione e l'adeguamento dell'area del Distretto e la realizzazione di servizi comuni per le imprese del Distretto. È prevista una sezione, definita 'progetti di eccellenza', in cui i beneficiari potranno ottenere un contributo economico pari a 630.000 euro, mentre per i progetti che non rientreranno in questa tipologia il contributo è pari a 165.000 euro.

PROGETTI DEI COMUNI – Per i Comuni, sono valutati positivamente i progetti che sanno individuare un'idea di sviluppo concentrandosi su una vocazione tematica e in un'area definita e omogenea; proporre soluzioni innovative, offrire servizi comuni e ancora proporre soluzioni per il riutilizzo di spazi commerciali sfitti per il presidio del territorio. Deve essere individuata la modalità di gestione dello stesso progetto. Si possono includere anche progettualità di rigenerazione, riqualificazione e di adeguamento dell'area, attività per la governance, attività di animazione e promozione e misure di agevolazione delle imprese del distretto, anche tramite l'azzeramento la riduzione dei tributi locali.

PROGETTI DELLE IMPRESE – Per le imprese, invece, è richiesta la riqualificazione e l'ammodernamento, l'avvio di nuove attività, l'accesso, il collegamento e l'integrazione dell'impresa con infrastrutture e servizi comuni offerti dal Distretto e la compartecipazione alla realizzazione di queste infrastrutture e servizi comuni.

INFORMAZIONI – Per tutte le informazioni complete consultare il sito dello Sviluppo Economico di Regione Lombardia, www.impreseregione.lombardia.it

Il Presidente di Ascom Confcommercio Giovanni Zambonelli: «I distretti del commercio, che sono nati in Lombardia, rappresentano un modello virtuoso di partecipazione pubblico-

privato, grazie al quale si favoriscono gli investimenti delle imprese e gli investimenti delle amministrazioni al fine di aumentare l'attrattività dei luoghi. In questo rapporto spicca il ruolo delle associazioni di categoria come elemento di raccordo. Va inoltre un riconoscimento a Regione Lombardia e all'assessorato allo sviluppo economico per aver creduto fortemente in questo strumento con grandi investimenti finanziari».

Il Presidente di Confesercenti Bergamo Antonio Terzi: «Esprimo un grande apprezzamento per l'iniziativa di Regione Lombardia: rilanciare i distretti, peraltro con risorse più consistenti del previsto, rafforza una politica per lo sviluppo del commercio urbano che in questi anni ha dato, anche grazie al lavoro delle associazioni, buoni frutti in bergamasca. Ci attende un lungo lavoro di relazione con il territorio in un momento davvero molto complicato per le grandi trasformazioni in atto».

Il prossimo 28 aprile Ascom Confcommercio e Confesercenti Bergamo organizzano un incontro aperto alle amministrazioni comunali che fanno parte dei distretti del commercio bergamasco ed ai responsabili di distretto per presentare il bando e le sue caratteristiche. All'incontro sarà presente l'Assessore Guido Guidesi.

L'incontro avrà luogo presso l'auditorium nella sede di Ascom, in via Borgo Palazzo 137 a Bergamo.

I DISTRETTI A BERGAMO – I Distretti del Commercio rappresentano una modalità di valorizzazione territoriale per promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare dinamiche economiche, sociali e culturali. Attualmente in Lombardia ci sono 158 Distretti del Commercio, di cui 57 urbani e 101 diffusi (ossia riguardanti aggregazioni di più comuni). Dei Distretti fanno parte 678 Comuni, pari a oltre il 40% dei 1.506 comuni lombardi. L'esperienza bergamasca Anche grazie al lavoro delle

Associazioni Ascom e Confesercenti, Bergamo rappresenta una delle province dove i Distretti del Commercio hanno trovato maggiore diffusione e successo.

Attualmente in provincia di Bergamo sono presenti 26 Distretti, 4 DUC e 22 DID, che complessivamente raccolgono 151 Comuni su 243. Con l'arrivo dell'ultimo Distretto (attualmente in corso di riconoscimento), il numero complessivo dei Distretti bergamaschi salirà a 27, e il numero di Comuni coinvolti a 156. Bergamo è la prima provincia lombarda per numero di Distretti diffusi e di Comuni coinvolti, ed è la seconda dopo Milano per numero complessivo di Distretti attivati. A Bergamo si parla di Distretti dal 2008, quando, con il Primo Bando promosso da Regione Lombardia, nacquero i DUC del capoluogo e quello di Treviglio e due Distretti diffusi. Negli anni la nascita di nuovi Distretti e la loro attività è continuata senza sosta. Grazie alla partecipazione a bandi regionali e di altra natura a oggi i Distretti bergamaschi hanno raccolto oltre 17 milioni di euro di contributi pubblici destinati alle amministrazioni comunali e agli operatori.

Negli anni sono stati migliaia gli incontri dei Comitati di Indirizzo e degli altri tavoli in cui Ascom, Confesercenti e le amministrazioni comunali si sono confrontate per realizzare progetti di sviluppo locale e sostenere il commercio di vicinato, le attività turistiche e artigianali e i pubblici esercizi, cercando di fare leva sulle numerose attrattive locali per far crescere tutto il territorio insieme al commercio. Il nuovo Bando promosso da Regione Lombardia per il triennio 2022-2024 vede pertanto i Distretti bergamaschi pronti a continuare questo lavoro, per sfruttare al meglio l'importante occasione proposta dalla Regione.

Spacca Milano, l'idea made in Bergamo conquista la metropoli

Venerdì 25 marzo l'inaugurazione del primo store in franchising



La focaccia croccante che si sente una pizza ma si chiude a forma di piadina per riempirsi di sapore varca i confini provinciali. Ha inaugurato venerdì 25 marzo lo store Spacca Porta Venezia, in Via Gustavo

Modena 3. Spacca nasce a Bergamo nel Novembre 2020 con il primo store di via Angelo Maj 21/B, aperto poco prima che venisse ufficializzata l'istituzione della zona rossa a causa dell'emergenza Coronavirus. E' il risultato dell'impegno e della ricerca dei fratelli Alex e Manuel Lucon, che dopo due anni di lavoro su farine, con l'aiuto di un chimico, mettono a punto la ricetta perfetta per un prodotto da forno innovativo come la spacca. Dopo meno di un anno dall'apertura di Spacca Bergamo, lo store supera con grande forza il difficile momento operando solo tramite servizio d'asporto e delivery, e vengono così aperti, per iniziare ad avvicinare il mercato milanese, due punti vendita "cloud kitchen" in via California e in via Melchiorre Gioia a Milano fino all'apertura del nuovo negozio nel quartiere di Porta Venezia.

Disponibile in svariati gusti, di terra, di mare, vegetariani e dolci, è perfetta per il pranzo e la cena, ma anche per una sfiziosa merenda o un gustoso brunch adatto a tutti, con la possibilità di scegliere tra impasto classico, integrale e senza glutine certificato AIC e i prodotti vegani e senza lattosio. Sono diverse le versioni di questo particolare prodotto da forno, un po' pizza, un po' piadina e un po' focaccia senza essere al tempo stesso nessuno dei tre. Le farciture sono gourmet: pomodori confit e cipolle caramellate si abbinano a salumi e formaggi di qualità, dalla porchetta al crudo di Parma 18 mesi, bufala campana Dop e scaglie di Grana Padano 18 mesi. Non mancano specialità di mare, dalla versione speciale sushi a gamberi, carpaccio di spada e acciughe del Cantabrico. In carta specialità vegetariane (l'impasto è disponibile anche senza glutine e integrale e per le farciture ci sono formaggi senza lattosio) e versioni golose dolci. Oltre alla spacca – che non è fritta ma è cotta al forno – il menù comprende una sezione dedicata ai fritti dove spiccano gli appetitosi sticks allo speck e provola affumicata e i nuggets oltre alle immancabili patatine fritte, olive ascolane, mozzarelline e crocchette. Questa specialità, si può consumare a casa e in ufficio grazie alla consegna disponibile sulle app di delivery oppure comodamente sul posto, ai tavoli. Le consegne sono green e avvengono esclusivamente con mezzi elettrici. L'innovativo profilo del locale si coniuga infatti con una particolare attenzione alla tutela dell'ambiente: le posate e i bicchieri sono plastic-free, monouso e realizzati con materiali riciclabili. Lo store di Spacca Porta Venezia, aperto tutti i giorni dalle 10 alle 22.

Consumi in picchiata, marzo tra i mesi peggiori dallo scoppio della pandemia

Abbigliamento e calzature tra i settori più penalizzati, ma si rivede anche la spesa alimentare

Rincari energetici e l'instabilità politica internazionale legata al conflitto ucraino affossano i consumi. E' quanto rileva Ascom Confcommercio Bergamo, commentando i dati di un mese come quello corrente, decisamente al di sotto delle aspettative. All'indomani della ricerca condotta a livello nazionale da Istat e in attesa di uno studio ad hoc sul territorio elaborato dall'Osservatorio di Format Research, si va concretizzando il timore di chiudere il mese di marzo in profondo rosso. I consumi sono al palo: "Marzo si preannuncia uno dei mesi peggiori tra quelli vissuti dallo scoppio della pandemia- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. In primo luogo c'è una forte difficoltà sul lato dei consumi perché è venuto alla luce un certo segmento ampio di famiglie bergamasche che fa fatica a sostenere i rincari di energia e gas. Inoltre, anche la guerra sta smorzando i consumi di coloro che avrebbero possibilità di spendere". "La Pasqua alta e l'inverno mai iniziato davvero ma non ancora terminato hanno bloccato le vendite di abbigliamento e calzature che, secondo Federmoda Italia, a febbraio sono scese del 16% e la percezione su marzo è ancora peggiore: si teme un crollo del 20-30% rispetto al 2021, anno in cui la mobilità era ridotta a causa del continuo cambio di colore della Regione" continua Fusini. I rincari delle bollette stanno spingendo a rivedere anche gli acquisti alimentari. "Stiamo registrando un calo dei consumi anche della spesa alimentare. Prevediamo una perdita del 10%, a causa del rialzo del costo delle spese obbligate". Molti negozi alimentari rilevano importi inferiori degli scontrini.

Il quadro di difficoltà emerge anche dall'indagine Istat, che registra l'ennesima diminuzione a marzo per la fiducia dei consumatori, che scende addirittura ai livelli di gennaio 2021 passando da 112,4 a 100,8, un crollo verticale. Male anche il dato relativo alle imprese, in flessione più contenuta (da 107,9 a 105,4) ma comunque in controtendenza rispetto al dato positivo di febbraio. È quanto ha comunicato l'Istat ([link ai dati completi in pdf](#)), spiegando che tutte le componenti dell'indice di fiducia dei consumatori sono in calo, anche se con intensità diverse. Il clima economico e quello futuro precipitano rispettivamente, da 129,4 a 98,2 e da 116,6 a 93,5, mentre il clima personale scende da 106,8 a 101,7 e quello corrente cala da 109,6 a 105,7. Quanto alle imprese, giù tutti i comparti ad eccezione delle costruzioni, che salgono da 159,7 a 160,1. Nel manifatturiero l'indice cala da 112,9 a 110,3, nei servizi di mercato da 100,4 a 99 e nel commercio al dettaglio da 104,5 a 99,9. Nei servizi di mercato e nel commercio al dettaglio peggiorano tutte le componenti, ad eccezione dei giudizi sulle scorte nel commercio. "Il deterioramento del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese nel mese di marzo era prevedibile, ma non con l'intensità con cui si è manifestato. Per i consumatori, si tratta di un'erosione totale del miglioramento del sentiment faticosamente conquistato dopo la fase peggiore della pandemia. Legato ad attese di peggioramento dell'occupazione e dell'inflazione e di conseguenza della situazione personale e delle possibilità di risparmio, questo brusco ridimensionamento produrrà inevitabilmente un'ulteriore frenata nel processo di recupero del livello dei consumi". Questo il commento dell'**Ufficio Studi di Confcommercio**, che specifica che "tale tendenza potrebbe coinvolgere in misura più significativa i beni durevoli e più in generale gli acquisti di beni e servizi considerati meno necessari, in perfetta coerenza con i riflessi della crescita dei costi delle spese obbligate. Più contenuto, ma non meno preoccupante, è il calo della fiducia delle imprese, su cui pesa, in modo più diretto, l'evoluzione del quadro

internazionale. In questo contesto vi sono anche segnali positivi come la ripresa della fiducia degli operatori turistici, legata al venir meno di molte restrizioni. Anche in questo caso i prossimi mesi rappresentano un test per verificare se l'inversione di tendenza ha basi solide o si esaurirà rapidamente".

Ferro, Metalli e Ferramenta: Fabio Poma è il nuovo presidente

Numeri stabili di imprese e fatturato ai livelli pre-Covid "Ma non si trova personale"



Fabio Poma

È **Fabio Poma** il nuovo presidente del Gruppo Ferramenta Ferro Metalli Ascom Confcommercio Bergamo. Poma, 59 anni, della "Poma Mario Srl", dal 1923 in Via Ghislandi a Bergamo, ricopriva già la carica di consigliere del Gruppo e subentra a **GianMario Ciceri**, dal 2001 alla guida della rappresentanza di

settore. Lo affiancano in consiglio **Cristina Mora** della "Ferramenta Mora Venanzio" di Pedrengo, **Alberto Carioli** della "Fratelli Carioli Utensileria" di Treviglio e **Cesare Cesareni** della "Cesareni Srl" di Bergamo.

Il comparto si è lasciato alle spalle due anni difficili, in cui comunque, rientrando tra le attività essenziali, non ha mai interrotto l'attività. *"Durante la pandemia abbiamo convertito le nostre imprese, occupandoci della fornitura di mascherine e dpi e di componenti per le macchine medicali-* commenta **Fabio Poma***- . Dopo due anni comunque difficili siamo tornati ai livelli pre pandemia, ma ci troviamo ad operare in un mercato in costante cambiamento".* Le difficoltà non mancano: *"I rincari delle materie prime pesano enormemente sulle nostre attività e non mancano difficoltà di approvvigionamento, come nel caso dell'alluminio, di materiali e materie prime".* Il problema più sentito dalla categoria è, come accade in altri settori del terziario, la difficoltà nel reperire personale motivato: *"In un momento in cui si parla di emergenza occupazionale facciamo fatica a trovare personale cui dare lavoro-* continua Poma*- . Confidiamo di poter costruire un percorso di inserimento lavorativo con le scuole tecniche e gli istituti del territorio per ovviare ad un problema che, in un momento di crisi come questo, non pensavamo di poter avere".* Tra gli obiettivi della categoria, l'allargamento della base associativa: *"In questi momenti di evoluzione e cambiamento fare sistema è fondamentale-* continua il neo presidente*- . Auspico un sempre maggiore coinvolgimento da parte di tutti noi: un impegno comune che può fare la differenza nel portare avanti le nostre istanze".*

Sono 396 le imprese del settore presenti nel territorio, di cui 50 in città (dati Ascom su elaborazione dati Cciaa al IV trimestre 2021). I numeri si sono mantenuti stabili negli ultimi anni e rispetto al 2020.

Nasce Pro2b, il primo portale dal professionista all'azienda

La nuova piattaforma sarà presentata ai professionisti bergamaschi venerdì 25 marzo, alle ore 17, in sala Conferenze nella sede Ascom Confcommercio Bergamo

Nasce, per iniziativa dei gruppi “Libere professioni” e “Commercio elettronico” Ascom Confcommercio Bergamo, Pro2b, il primo portale che mette in relazione i liberi professionisti con la loro clientela, attraverso il modello “professional to business”, dal professionista all'azienda. La piattaforma, riservata ai liberi professionisti che operano nel territorio bergamasco, favorisce l'incontro tra l'azienda in cerca di un servizio o di specifiche competenze e il fornitore qualificato. Attraverso l'incontro tra domanda e offerta le imprese e i commercianti bergamaschi possono ricercare e incontrare i professionisti adatti alle loro esigenze, senza inutile dispersione di tempo e di energie, oltre al vantaggio di poter trovare un interlocutore qualificato a “km zero”.

Grazie all'intelligenza artificiale si garantisce il “matching” perfetto tra domanda e offerta. Un importante aiuto per le imprese del terziario che, anche per effetto della pandemia, si sono scontrate con i propri limiti a livello digitale: “Mai come in questi ultimi due anni abbiamo assistito a un'accelerazione delle competenze digitali e di marketing per stare sul mercato- commenta il direttore Ascom Confcommercio Bergamo, **Oscar Fusini**-. Molte imprese si sono affidate a temporary manager perché la struttura stessa della maggior parte delle nostre aziende non consente di avere

risorse dedicate al loro interno. Grazie al nuovo portale, le imprese possono in modo veloce ed efficace trovare sul territorio la risposta ai loro bisogni in continua evoluzione, proprio come il mercato”.

Matteo Mongelli, presidente del gruppo “Libere Professioni” Ascom Confcommercio Bergamo , sottolinea l’opportunità del portale per dare valore alla multiforme realtà delle competenze dei titolari di partita Iva, anche delle realtà più giovani, presenti sul territorio: “Il futuro del mercato del lavoro, come evidenziato anche da una recente ricerca Censis, va verso l’accorciamento della filiera. Poter disporre di un portale che favorisce l’incontro tra domanda e offerta sul territorio rappresenta un’ottima opportunità. Le relazioni continuano a essere insostituibili e fondamentali e in questo sta la forza del nostro gruppo, che attraverso eventi come “Join the club”, che lo scorso anno ha visto oltre cento partecipanti, sa trasformare le connessioni virtuali in veri e propri scambi di opportunità e di crescita professionale. Grazie al portale si faciliteranno incontri e scambi, anche generazionali, attraverso il confronto tra professionisti junior e senior, per continuare a crescere e contaminare le competenze”.

Roberto Nembrini, presidente del nuovo Gruppo “Commercio Elettronico” Ascom, sottolinea l’importanza dell’intelligenza artificiale al servizio della professionalità: “Con il cambiamento in atto le aziende devono sempre più ricercare nuove competenze al di fuori dalla propria realtà aziendale e questa ricerca va semplificata, velocizzata e supportata. Nel portale Pro2b sarà l’intelligenza artificiale a individuare il bisogno reale dell’azienda, l’eventuale problematica e a rispondere in maniera mirata con la soluzione, proponendo una scelta tra diversi fornitori qualificati e selezionati. Tutto questo supportato da eventi fisici e relazioni vere”.

Il nuovo portale sarà presentato ai professionisti bergamaschi **venerdì 25 marzo**, alle ore 17, in sala Conferenze nella sede

Ascom Confcommercio Bergamo. Nelle prossime settimane verrà presentato anche alle aziende del territorio. Il sito Pro2b è un format innovativo che mette in relazione i liberi professionisti con la loro potenziale clientela e accompagna le imprese del terziario nell'evoluzione delle competenze richieste dal mercato. Il portale, nato e progettato a Bergamo, realizzato dalla società Devon srl, rappresenta un unicum a livello nazionale. Grazie a un'attenta e automatizzata profilazione aziendale ed attraverso l'intelligenza artificiale si individuano e propongono i professionisti che rispondono alle diverse necessità. Le imprese del commercio, del turismo e dei servizi possono così contare su un aiuto per trovare i professionisti più vicini non solo alle loro esigenze ma anche alla loro vera necessità. Emerge così la consapevolezza di come l'innovazione e il digitale non servano solo a comunicare meglio, ma anche e soprattutto a supportare le imprese verso un riposizionamento strategico e operativo al fine di renderle più competitive.

Una risposta alle esigenze delle imprese del terziario

L'Osservatorio "Marketing e Comunicazione Bergamo" realizzato da Format Research per il gruppo MMCE dei Servizi all'impresa (dati a fine gennaio 2022) ha evidenziato una criticità nelle competenze interne: solo il 33,8% delle imprese bergamasche ha un dipartimento interno o almeno un addetto che si occupa in via specialistica del marketing aziendale. Quindi due aziende su tre ricorrono alla competenza del loro titolare, che non è specialistica e dedicata, occupandosi lo stesso dell'attività principale dell'impresa, per l'attività di sviluppo, marketing e comunicazione. Il 63,3% delle imprese bergamasche ha investito nel 2021 solo in strumenti di marketing digitali, contro il 22,5% in entrambi e solo il 14,2% esclusivamente in strumenti di marketing tradizionale. Di questi investimenti ben il 93,8% delle imprese dichiara di aver investito sul website. Sebbene l'obiettivo prevalente degli investimenti

digitali delle imprese sia quello di comunicare con immediatezza (46,8%), migliorare la brand reputation (42,7%) e aumentare i contatti dei clienti anche geograficamente lontani (32,8%). Esiste un bisogno attuale e molto forte. Tra le esigenze più sentite, quella di migliorare la competitività aziendale grazie al confronto con aziende più strutturate 30,9%, seguita da quella di implementare strategie efficaci basate sui bisogni reali della clientela 21,6%.