

# **Al via il progetto “Imprendigreen”, un marchio per accompagnare le imprese nella transizione ecologica**

*L'obiettivo dell'iniziativa di Confcommercio è contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'Onu coinvolgendo imprese e associazioni*

Qualificare e rafforzare l'impegno sostenibile di imprese e associazioni del commercio, del turismo, dei servizi, dei trasporti e delle professioni valorizzando e promuovendo comportamenti ambientalmente virtuosi. Questo, in sintesi, l'obiettivo di “Imprendigreen” l'iniziativa di Confcommercio – al via oggi su tutto il territorio nazionale – che costituisce l'asse portante del più ampio progetto confederale “Confcommercio per la sostenibilità” con il quale la Confederazione intende offrire il suo contributo al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU.

Realizzato in collaborazione con la scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa, il progetto nasce per diffondere comportamenti sempre più “green” nel mondo del terziario e che possano rappresentare anche un'opportunità di sviluppo per le imprese . In altre parole, con Imprendigreen si vuole raggiungere il duplice scopo di creare benefici ambientali e sviluppare nuove forme di economia attraverso una serie di azioni volte a sensibilizzare, formare e accompagnare le imprese nella transizione da un'economia lineare a un'economia circolare. Ma anche a cogliere tutte le opportunità che i programmi e i fondi europei e nazionali – come il Green Deal europeo e il PNRR italiano – metteranno in campo nei prossimi

anni per innovare modelli di produzione, distribuzione e offerta di servizi.

## **Il marchio Impredigreen**

Il riconoscimento dei comportamenti ambientalmente virtuosi avverrà attraverso l'assegnazione di un marchio che sarà rilasciato all'impresa (o all'Associazione) che avrà raggiunto una soglia minima di punteggio determinata dalla Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa sulla base dei più autorevoli standard nazionali ed internazionali di riferimento. Per conferire il giusto rilievo alle buone pratiche di sostenibilità il marchio Impredigreen sarà attribuito sulla base di tre diversi livelli di eccellenza (tre, quattro e cinque stelle) in relazione alla diversa intensità dell'impegno ambientale posto in essere.

“Con Impredigreen vogliamo qualificare le imprese ambientalmente virtuose attraverso l'assegnazione di un marchio di sostenibilità per coloro che si saranno maggiormente distinte su questi temi e, al contempo, avviare un programma formativo per il miglioramento delle performance ambientali – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Questa iniziativa vuole però essere non un punto di arrivo ma di partenza affinché le imprese possano contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile fissati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite: la sostenibilità è di fatto un valore aggiunto per competere in un sistema economico sempre più attento a nuovi modelli di produzione e consumo green”.

“Grazie alla collaborazione con la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa sono state definite delle check list per rilevare le buone pratiche e definire i criteri-soglia quali-quantitativi per l'accesso al riconoscimento – aggiunge **Andrea Comotti, responsabile Area gestionale Ascom Confcommercio Bergamo** -. La Scuola è stata coinvolta anche nella predisposizione di moduli formativi appositamente studiati e implementati per i diversi settori di attività”.

## Come aderire

Per prima cosa occorre registrarsi sul sito [imprendigreen.confcommercio.it](http://imprendigreen.confcommercio.it) e, una volta compilato il questionario, ogni imprenditore potrà valutare le sue performance e ottenere il riconoscimento. Oltre a poter usufruire di speciali convenzioni riservate, le imprese e le associazioni che otterranno il riconoscimento Imprendigreen avranno accesso a moduli formativi implementati con il coinvolgimento di partner strategici ed enti di ricerca di spessoro nazionale ed internazionale (come la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa, l'Enea, l'Asvis e il Conai), per migliorare la conoscenza delle normative e favorire la diffusione e la replicabilità di comportamenti virtuosi sotto il profilo ambientale e sociale.

Per informazioni ed eventuali chiarimenti le imprese interessate possono scrivere a: [gestionale@ascombg.it](mailto:gestionale@ascombg.it) – Tel 0354120325.

---

# **Dal green pass ridotto a sei mesi alle mascherine all'aperto: tutte le novità del decreto Covid di Natale**

*Pubbligate in Gazzetta Ufficiale le nuove misure varate dal Consiglio dei ministri: super green pass anche al bar e in palestra, discoteche chiuse fino al 31 gennaio*

Fino al 31 marzo sarà obbligatorio possedere il super green pass per consumare al banco di bar e pubblici esercizi, nonché

per poter accedere a piscine, palestre, sale bingo, musei, parchi tematici e divertimento, sale gioco, sale scommesse e sale bingo. È una delle disposizioni del decreto legge [“Ulteriori misure urgenti per il contenimento dell’epidemia da Covid-19 e per lo svolgimento in sicurezza delle attività economiche e sociali”](#), pubblicato il 24 dicembre in Gazzetta Ufficiale.

Il decreto rafforza le misure anti-Covid alla luce dell’aumento dei contagi spinto soprattutto dalla variante Omicron e introduce nuove misure urgenti per il contenimento dell’epidemia e per lo svolgimento in sicurezza delle attività economiche e sociali.

### **Green pass**

Dal 1° febbraio 2022 la durata del green pass vaccinale è ridotta da 9 a 6 mesi. Inoltre, con ordinanza del Ministro della salute, il periodo minimo per la somministrazione della terza dose sarà ridotto da 5 a 4 mesi dal completamento del ciclo vaccinale primario.

### **Obbligo di indossare le mascherine all’aperto**

Viene previsto l’obbligo di indossare le mascherine all’aperto anche in zona bianca.

### **Obbligo di indossare le mascherine Ffp2 al chiuso**

Viene introdotto l’obbligo di indossare le mascherine di tipo FFP2 su tutti i mezzi di trasporto nonché in occasione di spettacoli aperti al pubblico che si svolgono all’aperto e al chiuso in teatri, sale da concerto, cinema, locali di intrattenimento e musica dal vivo (e altri locali assimilati) e per gli eventi e le competizioni sportivi che si svolgono al chiuso o all’aperto. In tutti questi casi è vietato il consumo di cibi e bevande al chiuso. Quindi dove sarà organizzato un evento ammesso e accessibile al pubblico sarà vietato vendere o somministrare cibi e bevande.

### **Somministrazione al banco**

Fino alla cessazione dello stato di emergenza (per ora fissato

al 31 marzo 2022) è esteso l'obbligo di certificazione verde rafforzata (il super green pass) anche per il consumo di alimenti e bevande al banco, al chiuso.

Per bar e ristoranti non sarà quindi più ammesso alcun consumo interno per chi non possiede un green pass rafforzato. La legge parla di divieto di consumo e, pertanto, è ammessa per coloro che consumeranno all'esterno l'entrata nel locale per i servizi igienici e per il pagamento.



### **Feste all'aperto**

Fino al 31 gennaio 2022 sarà vietato lo svolgimento di feste, comunque denominate, gli eventi a queste assimilati e i concerti che implicino assembramenti in spazi aperti. Questa disposizione si estende anche ai locali assimilati (bar, ristoranti ville ecc.) per eventi organizzati sia all'aperto sia al chiuso. Sarà ammesso solo il consumo al tavolo pranzo o cena nel rispetto delle linee guida con eventuale musica d'ambiente ma non concerti, spettacoli ecc.

### **Discoteche e sale da ballo**

L'attività delle discoteche, sale da ballo e locali assimilati è sospesa sino al 31 gennaio 2022. Alla riapertura l'accesso sarà consentito solo a coloro in possesso di certificazione con booster di richiamo (terza dose) oppure in possesso della certificazione rafforzata unitamente all'esito di un tampone negativo.

### **Palestre, piscine, musei, terme, etc.**

La certificazione verde rafforzata sarà necessaria anche:

- al chiuso per piscine, palestre e sport di squadra;
- per musei e mostre;
- al chiuso per i centri benessere;
- per i centri termali (salvo che per livelli essenziali di assistenza e attività riabilitative o terapeutiche);
- per i parchi tematici e di divertimento;
- al chiuso per centri culturali, centri sociali e ricreativi (esclusi i centri educativi per l'infanzia);
- per sale gioco, sale scommesse, sale bingo e casinò.

### **Corsi di formazione**

Per la partecipazione ai corsi di formazione privati in presenza sarà necessario il cosiddetto green pass "base".

---

**Giuseppe De Rita: "Fare rappresentanza vuol dire tornare ai valori di relazione e di merito"**

*In Ascom la lezione del sociologo e fondatore del Censis sul*

## *tema dei corpi intermedi e sul ruolo delle filiere corte*

Orientare lo sguardo verso un nuovo concetto di filiera che superi la visione "scaduta" del global e dia un nuovo valore al local. E cercando di rilanciare il ruolo della rappresentanza nel segno di una leadership capace, dotata di senso politico, che non abbia paura di prendersi responsabilità e che faccia la vera rappresentanza, oggi sempre più "un mestiere difficile" per citare le parole di Giuseppe De Rita, intervenuto lunedì 22 novembre in Ascom Confcommercio Bergamo.

Classe 1932, il sociologo nonché presidente e fondatore del Censis, il principale istituto di ricerca sociale del Paese, ha tenuto una lezione sul tema dei corpi intermedi alla presenza del presidente Ascom Giovanni Zambonelli e del direttore Oscar Fusini. La lezione del professore era inserita in un percorso di alta formazione rivolto alla dirigenza Ascom.

La prospettiva di Giuseppe De Rita non è così a corto raggio come può sembrare. Non è soltanto uno sguardo all'immediato, all'inverno che si prospetta caldissimo per l'economia e la società, non è solo un occhio ai concreti guai della prossima ora, perché è condito da una speranza di più ampio respiro. E cioè che si apra spazio per una classe dirigente nuova e vera, capace di mescolare senso delle istituzioni e un'idea di governo concreta, ancorata all'esigenza dei settori dell'economia che trainano il nostro sistema. Sistema che deve fare i conti con meccanismi che stanno cambiando: dopo anni di crescita e affermazione del "Made in Italy" a livello internazionale (enogastronomia, moda e arredamento, industria dei macchinari e turismo), il lockdown ha infatti messi in crisi il mito della produzione "just in time" e le filiere sempre più lunghe non si sono adattate ai tempi di produzione e logistica imposti dalla pandemia, portando gli imprenditori a rivolgersi al mercato interno.

“Oggi il ricco sta in casa” sostiene De Rita. E anche se la crisi ha fatto emergere nuove situazioni di povertà, i risparmi degli italiani sono aumentati e la capacità di spesa “sotto casa” può essere un punto di svolta per l’economia locale e nazionale. Soprattutto per il terziario che vanta una rete di servizi nel corto raggio che sono già tornati protagonisti, per non parlare di commercio e ristorazione. E in questa logica di rilancio delle filiere corte la rappresentanza può fare la differenza. Per De Rita occorre trovare il modo per incidere e ribaltare il concetto di disintermediazione che abbiamo subito in questi anni: dalla politica all’economia la tendenza in atto è infatti quella di rivolgersi direttamente al cittadino bypassando le categorie e i corpi intermedi, di qualunque natura o estrazione essi siano.

## **Meno disintermediazione, più rappresentanza**





Una disintermediazione che per De Rita oggi è totale e che può essere fatale poiché la società oggi ha bisogno di intermediazione e di soggetti intermediari fisicamente veri. “La dimensione intermedia che ci viene tolta ci viene offerta con strumenti come algoritmi e piattaforme che però sono impersonali. Siamo dentro un sistema di piattaforme che non prevedono un meccanismo di rappresentanza umanamente visibile. Bisogna tornare alla rappresentanza politica, alla grinta e al sudore e al lobbysmo, linfa vitale di ogni associazione di categoria”.

Ed è qui, allora, che le associazioni di categoria devono intervenire, rinnovando il loro ruolo di intermediari, attraverso il recupero del rapporto con le persone e una riaffermazione del proprio peso politico, minato proprio da queste dinamiche. Serve loro, quindi, una leadership capace, dotata di senso politico, che non abbia paura di prendersi responsabilità e che faccia rappresentanza in barba a quei fenomeni che, ad oggi, per De Rita, vedono il cittadino più solo perché vittima di due problemi, ossia “caduta di merito e competenza e caduta della prossimità”: da una parte la continua diffidenza verso esperti e delegati che vedono vacillare la propria autorità istituzionale, dall'altra la rottura della relazione causata anche dalla cultura grillina del “vaffa”, che ha fatto perdere importanza all'associazionismo e al confronto, facendo leva sulla perdita di fiducia dei cittadini verso la classe dirigente.

---

# Farina, cacao e caffè: dopo energia e gas rincarano anche le materie prime. E i bar lanciano l'allarme

*Farina e cacao gli aumenti più incisivi, seguiti da latte e caffè. Beltrami: "Con tutti questi rincari si rischia di lavorare solo per coprire le spese"*

Non è solo il Covid a spaventare il mondo del terziario in vista delle festività natalizie: l'emergenza sanitaria è infatti anche emergenza economica e alle difficoltà legate alla ripresa si aggiungono le forti tensioni inflattive che riguardano materie prime, energia, utenze e servizi. Una congiuntura in atto che sta già avendo ripercussioni sul listino prezzi di locali, bar, ristoranti, pizzerie e, in generale, sui pubblici esercizi del territorio alle prese con un aumento dei prezzi considerevole. A pesare sui bilanci dei locali sono soprattutto i rincari dei principali generi alimentari che seguono quelli dei consumi energetici: una miscela amarissima per i bar e locali di Bergamo e provincia che alle difficoltà di ripresa dopo oltre un anno di chiusure e sacrifici devono fronteggiare un caro prezzi insostenibile.

"Tra gli aumenti più incisivi ci sono quelli della farina e del cacao, saliti rispettivamente del 38% e del 20% in questi ultimi mesi – conferma **Giorgio Beltrami, presidente del Gruppo Bar Caffè di Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente regionale del coordinamento di Fipe Lombardia** -. Anche il latte non è da meno con un rincaro del 4% del prezzo all'acquisto. Tutto questo ricadrà ovviamente sulle tasche dei consumatori: a seguito dei rincari della farina, ad esempio, si prevede un aumento del 20% del prezzo finale di panettoni e lievitati natalizi".

Anche il caffè rischia di salire: le principali torrefazioni stimano infatti rincari di 2 euro al kg, circa 10% in più per i bar “Oggi un caffè costa un euro o massimo 1,10 euro ma tra non molto il cliente potrebbe arrivare a pagarlo 1 euro e 20 centesimi – sottolinea Beltrami -. Secondo uno studio di Ascom Confcommercio Bergamo che prende in considerazione il prezzo più alto di un caffè al bar (1,10 euro) emerge che il rapporto tra costi e ricavi è sbilanciato. E quest’indagine era stata fatta prima dell’aumento del costo di gas ed energia”.

La componente energetica resta dunque la vera Spada di Damocle a pendere sulla categoria: di prospetta entro questo mese un aumento del 20%, fino a toccare un +40% tra dicembre e gennaio. Il rischio è che il rialzo dell’inflazione anche transitorio diventi strutturale e in una situazione in cui le attività stanno faticosamente cercando di tornare ai livelli di consumi pre-Covid, questi aumenti rischiano di minare la fiducia dei consumatori e ridurre il potere d’acquisto delle famiglie. “È necessario che il Governo attivi presidi di monitoraggio e controllo, oltre a sostenere nuove misure che possano favorire la ripresa, come un alleggerimento del costo del lavoro e una politica di agevolazioni per gli imprenditori che decidono di assumere – conclude Beltrami -. Non vogliamo fare allarmismo ma con tutti questi rincari il rischio oggettivo è che si debba lavorare solo per coprire le spese”.

---

**Bosco della Memoria al Parco della Trucca: raccolti 23**

# **mila euro per non dimenticare**

*Chiusa la campagna di raccolta fondi a cui hanno partecipato Fondazione della Comunità Bergamasca, Ascom e Aspan con l'obiettivo di ricordare le vittime della pandemia*

Ammonta a 23 mila euro il totale delle donazioni raccolte per il progetto del Bosco della memoria, promosso dall'Associazione dei Comuni virtuosi e dal Comune di Bergamo, in corso di realizzazione al Parco della Trucca di Bergamo. Sono 13 mila euro quelle raccolte da privati e aziende sui Fondi Ascom Confcommercio Bergamo e Aspan Panificatori Bergamaschi, cui si aggiungono 10 mila euro di contributo di Fondazione Comunità Bergamasca. Le due associazioni hanno infatti istituito presso la Fondazione due fondi, Ascom nel 2007 e Aspan nel 2003, con l'obiettivo di raccogliere donazioni per sostenere progetti di solidarietà sociale e per esprimere l'attenzione alla comunità da parte di tutti coloro che lavorano nel commercio, nel turismo e nei servizi.

Il Bosco della memoria, che sorge nei pressi dell'ospedale "Papa Giovanni XXIII" di Bergamo, simbolo della lotta alla pandemia, ricorda le vittime del Covid-19 e la sua realizzazione, con la piantumazione dei primi alberi, è iniziata il 18 marzo 2020, prima Giornata nazionale per le vittime della pandemia. Entro il 18 marzo 2022 il progetto sarà ultimato.

"Con le donazioni raccolte verranno piantumati nuovi alberi. Ad oggi ne sono stati piantati 100, quindi mancano circa 650 tra alberi e arbusti. Una parte di questi sarà di piante da frutto, anche di quelle specie dimenticate, che un tempo si coltivavano sulle colline bergamasche", spiega **Marco Boschini, coordinatore dell'Associazione Comuni Virtuosi e ideatore del progetto**. "Alberi ed arbusti sorgeranno all'interno di 5 o 6 isole, recintate con staccionate e delimitate da camminamenti interni con punti di sosta e panchine, pensati come luoghi di contemplazione per i parenti delle persone che non ci sono

più. La nostra intenzione però è che il Bosco non viva solo nella memoria, ma anche nel futuro. Sarà un luogo in cui potranno essere organizzati degli eventi sportivi e ricreativi”.



**Osvaldo Ranica, Presidente della Fondazione Comunità Bergamasca:** “Siamo onorati di aver contribuito alla realizzazione di questo importante monumento naturale a memoria di tutte le vittime della pandemia. Siamo convinti che gli alberi simboleggino pienamente il nostro sentire: le radici del ricordo di chi se n’è andato e il cielo sopra di noi, a ricordarci che dobbiamo sempre essere protesi verso il futuro e la rinascita. Aderendo a questo progetto, Fondazione si è impegnata a raddoppiare le donazioni raccolte. Questa scelta è espressione concreta del ruolo di Fondazione, che non è mero erogatore di contributi, ma è ed intende continuare ad essere moltiplicatore delle risorse e delle opportunità per le nostre comunità, capace di generare un impatto sul territorio di gran lunga maggiore rispetto alle risorse messe a

disposizione. Oggi più che mai, siamo felici di essere amplificatori di speranza”.

**Giovanni Zambonelli, Presidente Ascom Confcommercio Bergamo:**

“Ascom ha subito raccolto l’invito a sostenere l’iniziativa del Bosco della Memoria, un luogo ideale da condividere con tutta la comunità bergamasca, e al di là della raccolta fondi l’obiettivo era quello di coinvolgere la base sociale e associativa della nostra associazione, ovvero i commercianti che hanno dato un forte contributo durante l’emergenza sanitaria. Penso a tutti coloro che sono scomparsi perché esposti in prima linea, alle categorie come il dettaglio alimentare rimaste aperte per esigenze primarie e nel nome del contrasto alla pandemia e a tutti gli esercenti che hanno subito restrizioni e chiusure in tempi di lockdown. Per questo desideriamo che il Bosco della memoria diventi per noi il luogo simbolo della nostra terra e della nostra tenacia: un luogo in cui potersi ritrovare e fare memoria di quanto abbiamo vissuto”.

**Massimo Ferrandi, Presidente di Aspan Bergamo:**

“A nome di Aspan e dei panificatori che rappresenta, esprimo soddisfazione per aver contribuito alla realizzazione del Bosco della Memoria attraverso lo strumento concreto che è il nostro Fondo Panificatori presso la Fondazione della Comunità Bergamasca. Il Bosco della Memoria è un luogo di ricordo, da mantenere sempre vivo, dei momenti difficili vissuti dalla nostra comunità e dell’impegno dei panificatori e commercianti durante il periodo più duro della pandemia”.

**Marzia Marchesi, Assessora Verde Pubblico del Comune di Bergamo:**

“Sono molto grata ad Ascom Bergamo, Aspan e Fondazione della Comunità Bergamasca per aver attivato quest’iniziativa di raccolta fondi dedicata alla realizzazione del Bosco della Memoria e per l’importante contributo raggiunto. La donazione andrà ad incrementare in modo significativo gli oltre 126 mila euro raccolti tramite la piattaforma di crowdfunding dove circa 600 tra istituzioni,

associazioni, soggetti pubblici e privati, singoli cittadini hanno scelto di aderire con grande generosità. Abbiamo voluto definire il Bosco della Memoria come un “monumento che respira” per rappresentare non solo la sofferenza delle vittime del Covid-19, ma in qualche modo anche la tensione vitale di quanti hanno voluto condividere l’ispirazione del progetto e partecipare alla sua concreta realizzazione. Sarà un luogo della memoria ma anche di vita nella città e per i cittadini. Colgo quest’occasione per annunciare l’imminente ripresa dei lavori di piantumazione che avevamo previsto per l’autunno; interventi che andranno a popolare i 6mila metri quadri dell’area e che contiamo possano concludersi nei primi mesi del 2022”.

---

## **Partite Iva verso i livelli pre-Covid. Ma c’è un raffreddamento della spinta al “mettersi in proprio”**

*Nel primo semestre sono state aperte in Bergamasca 4.804 nuove partite Iva, ovvero 1.093 in più rispetto allo stesso periodo del 2020. Il recupero è in atto ma non completo*

I lavoratori autonomi in Bergamasca tornano a crescere nel 2021, raggiungendo quasi i valori pre-Covid, ma un’attenta analisi rivela come, nel nostro territorio, aprire partita Iva sia una necessità più che una vera spinta all’autonomia. Nel primo semestre di quest’anno sono state aperte in Bergamasca 4.804 nuove partite Iva, ovvero 1.093 in più rispetto allo stesso periodo del 2020, che corrisponde a un +22%. Il

confronto vero, però, è con il 2019, ovvero l'anno pre pandemia e, in questo caso, si scopre che gli avvisi di attività professionale sono invece calati di 168 unità, segnando un -3,4%.

“I dati bergamaschi sulle nuove partite Iva del 2021 confermano le due tendenze già registrate nei dati nazionali – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Le partite Iva tornano a crescere ai livelli pre-Covid e questa è una buona notizia ma l'aumento registrato rispetto all'anno 2020, funestato dal lockdown completo, non è però esaustivo. Facendo il confronto con il primo semestre dell'anno 2019, certamente più significativo, si scopre che le nuove partite Iva sono invece calate di 168 unità, -3,4%. Il recupero è in atto ma non è completo che comunque potremmo anche non raggiungere. Questa crescita più contenuta è più forte a Bergamo che altrove. Infatti il rapporto tra nuove partite Iva bergamasche e quelle lombarde scende dal 2018 al 2021 dal 9% al 7,7% e quello con il totale delle nuove attività a livello nazionale dall'1,5% all'1,4%”.

Un altro aspetto significativo è il rapporto tra numero di professionisti e numero di imprese tra le nuove attività. A Bergamo, nell'ultimo semestre, è cresciuto il rapporto per i liberi professionisti. In passato si registrava la nascita di circa un professionista ogni quattro nuove partite Iva mentre questo rapporto è passato dal 2018 al primo semestre 2021 dal 25,1% al 36,6%. “Se il recupero rispetto all'anno nero 2020 era prevedibile, a Bergamo stiamo registrando una minore spinta verso i numeri pre-Covid – conclude Fusini -. C'è un raffreddamento della spinta al “mettersi in proprio” giustificata soprattutto dall'incertezza sul futuro e dalla sostenibilità dell'attività. La diminuzione, o meglio il mancato pieno recupero rispetto a prima della pandemia tocca soprattutto la costituzione di nuove attività di impresa, che richiede maggiori investimenti rispetto al lavoro autonomo ma che riguarda anche le professioni non ordinistiche che in



forma anticiclica calano quando l'economia torna a far crescere il numero degli assunti”.

## **Il 47% di aperture al Nord. Metà sono giovani under 35**

Per il solo secondo trimestre a livello nazionale sono state aperte 147.153 nuove partite Iva con un incremento del 54,1% in confronto al corrispondente periodo dello scorso anno condizionato però pesantemente dalla pandemia. La distribuzione per natura giuridica mostra che il 65,6% delle nuove aperture di partita Iva è stato operato da persone fisiche, il 21,1% da società di capitali, il 3% da società di persone. Riguardo alla ripartizione territoriale, il 47,4% delle nuove aperture è localizzato al Nord, il 20,3% al Centro e il 31,6% al Sud e Isole.

In base alla classificazione per settore produttivo, il commercio registra sempre il maggior numero di avviamenti di partite Iva con il 24,8% del totale, seguito dalle attività professionali con il 16,2% e dall'agricoltura (11%). Rispetto al secondo trimestre del 2020, tra i settori principali i maggiori aumenti si notano nelle attività di intrattenimento (+103%), nel commercio (+98,8%) e nelle attività immobiliari (+90,4%). La ripartizione di genere mostra una prevalenza della quota maschile, pari al 62,3%. Quasi metà, il 47,5% delle nuove aperture, è stato avviato da giovani fino a 35 anni e circa il 31% da soggetti appartenenti alla fascia dai 36 ai 50 anni

---

# Nuovo gruppo Ascom a sostegno della filiera marketing, media comunicazione ed eventi

*La filiera in provincia conta 1660 aziende e 3.500 addetti. La presidente Roberta Caldara: "Uniti per lo sviluppo di nuove progettualità"*

Fare squadra e, soprattutto, fare sistema. È stato presentato oggi il nuovo gruppo Marketing, Media, Comunicazione, Eventi (Mmce) aderente ad Ascom Confcommercio Bergamo e ad Asseprim, la Federazione nazionale che rappresenta le aziende e le associazioni di servizi professionali per le imprese in seno a Confcommercio. Quello di agenzie di marketing, stampa e comunicazione, produzione foto-video ma anche attività di organizzazione eventi, grafica web e design è un settore molto variegato. La conferma arriva dai dati della Camera di Commercio di Bergamo (su elaborazione Ascom): al 31 marzo 2021, infatti, il mondo marketing, media, comunicazione, eventi contava in provincia di Bergamo 1660 aziende, 3.500 addetti e un fatturato stimato di 110 milioni.

“La filiera, come spesso avviene nei servizi, è lunga e corposa e distribuita su una molteplicità di codici Ateco che non evidenziano il suo peso effettivo – sottolinea **Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo** .- Si tratta infatti di imprese spesso di piccole dimensioni, molto specializzate e con competenze trasversali che offrono servizi necessari a un sistema ampio e articolato come quello economico bergamasco che si fonda su oltre 90.000 imprese dei diversi settori produttivi e che non può che sostenere o al contrario necessitare di servizi qualificati di una filiera anch'essa ampia e diversificata”.

## **Creare sinergie tra “piccoli”**

“Rappresentiamo uno spaccato di aziende e professionalità differenti che non ha maturato una sua identità di settore e per questo necessita di una regia di sistema – sottolinea **Roberta Caldara, presidente del neonato Gruppo Marketing Media Comunicazione Eventi Mmce Asseprim Bergamo** che conta già qualche decina di associati -. Ci sono categorie abituate a lavorare insieme, altre meno e per questo il confronto è fondamentale: non avendo mai avuto una casa comune siamo sempre stati indipendenti e questo sarà uno degli aspetti sui cui lavorare. Il gruppo nasce infatti per creare attività e occasioni di confronto tra professionisti: un driver importante per la crescita aziendale e lo sviluppo di nuove progettualità e che potrebbe spingere il settore a espandersi sul mercato lombardo e nazionale”.

## **L'Osservatorio di settore**

Una delle prime azioni del nuovo gruppo sarà quella di istituire un Osservatorio dedicato: “L'obiettivo è quello di dare valore scientifico a tutto il comparto – conferma Caldara -. L'Osservatorio ci aiuterà a comprendere meglio chi siamo, che tipo di servizi offrono le nostre aziende associate e come sono strutturate. Sarà un punto di partenza cruciale per poter sviluppare attività interne al gruppo e creare sinergie per partecipare a bandi e agevolazioni. Un altro obiettivo è quello di realizzare un codice etico per la nostra professione e di avviare opportunità di business rivolte ai partner e agli associati Ascom”.

La rilevazione, la descrizione e l'analisi della “domanda” dei servizi di marketing e comunicazione nell'ambito della provincia di Bergamo sarà il punto di partenza dell'Osservatorio che poi studierà anche le strategie di investimento delle imprese bergamasche nel settore del

marketing e della comunicazione e la relativa customer experience. «I macro topic e le interviste riguarderanno soprattutto la domanda attuale e quella potenziale inerente i servizi di comunicazione e marketing in provincia di Bergamo – sottolinea **Pierluigi Ascani, presidente di Format Research**, Istituto di ricerca che realizzerà l'Osservatorio specializzato nelle indagini sulle imprese -. Partiremo con una numerosità campionaria di 400 imprese per poi avviare un'indagine qualitativa su un campione ragionato nei settori del marketing e della comunicazione”.

## **Il portale di Asseprim**

Osservatorio a parte, entrare nel gruppo Mmce comporta diversi vantaggi come spiega **Federico Sapienza, segretario generale di Asseprim** che ha presentato il portale [serviziproimpresa.it](http://serviziproimpresa.it): “Si tratta di fatto di una community virtuale per promuovere servizi professionali, stipulare convenzioni commerciali, condividere e fruire di contenuti redazionali e webinar su tematiche di stretta attualità: un nuovo modo di comunicare l'impresa, una chiave in più per la sua crescita”.

---

**Saldi estivi al via dal 3 luglio in quasi tutta Italia. La spesa media sarà di 171**

# euro a famiglia

*La durata massima è di 60 giorni. In Lombardia blocco delle vendite promozionali un mese prima dell'inizio dei saldi*

Al via sabato 3 luglio i saldi estivi 2021 in quasi tutta Italia, Lombardia compresa. Da sabato pronti, quindi, ad approfittare di sconti interessanti nei negozi di abbigliamento. I saldi termineranno il 31 agosto. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia spenderà in media 171 euro – pari a 74 euro pro capite – per un valore complessivo di 2,6 miliardi di euro. Sempre secondo l'Ufficio Studi saranno più di 15 milioni le famiglie che acquisteranno in saldo.

Per i negozianti però c'è una novità: rispetto all'anno precedente non sarà più possibile effettuare le vendite promozionali (30 giorni prima dell'inizio dei saldi): la Regione Lombardia ha deliberato il divieto, sulla base dell'articolo 116, comma 2 della l.r. n. 6/2010 ("Testo unico delle leggi in materia di commercio e fiere"). A partire, dunque, da giovedì 3 giugno 2021 non saranno consentite le vendite promozionali (per maggiori informazioni ["Date e regole dei saldi" della Regione Lombardia](#)).

"Dopo un lungo periodo di restrizioni, i saldi rappresentano un'occasione importante per la nostra categoria che soffre di riflesso la crisi di tutta l'industria tessile – sottolinea **Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio** -. Ci aspettiamo consumi in crescita rispetto allo scorso anno ma, soprattutto, una conferma del trend degli acquisti nei negozi di prossimità dopo il forzato ricorso agli acquisti sul web.

Per chi cerca un prodotto di media-alta qualità, infatti, il negozio rappresenta la scelta più affidabile e sicura dove poter provare il capo, osservare con attenzione il colore senza il filtro di uno schermo e ovviamente toccare con mano il tessuto. Per questo oggi è ancora più necessaria l'introduzione di un'imposta minima globale sui ricavi dei colossi del web nei Paesi in cui operano: tassazione che, di fatto, rappresenterebbe la chiave di volta per il rilancio del nostro comparto. D'altro canto riteniamo indispensabile anche un intervento governativo per sostenere la filiera della moda, dalla produzione alla distribuzione, sul tema delle eccedenze di magazzino, a cominciare dal contributo sotto forma di credito d'imposta del 30% delle rimanenze. Solo così potremo affrontare il presente con il giusto coraggio e la predisposizione e propensione agli acquisti della prossima collezione".

## **Saldi chiari e sicuri**

Come per lo scorso anno, nel rispetto delle linee guida per le attività economiche e produttive, sono confermate le modalità di svolgimento delle vendite di fine stagione, che dovranno avvenire secondo una serie di regole sintetizzate nel decalogo dei "saldi chiari e sicuri".

In vista del periodo estivo dedicato ai saldi, Federazione Moda Italia e Confcommercio forniscono, in un decalogo aggiornato, una serie di indicazioni fondamentali, sia per gli esercenti che per i clienti, per effettuare gli acquisti in saldo seguendo norme di sicurezza e trasparenza. Prima fra tutte il rispetto del distanziamento sociale, l'obbligo di mantenere la mascherina nel negozio e la disinfezione delle mani, includendo informazioni utili per cambiare i capi danneggiati o favorire i pagamenti digitali.

# Saldi, liquidazione e vendite promozionali: qual è la differenza

Infine, è opportuno ricordare che c'è differenza tra vendite di fine stagione (i cosiddetti saldi), vendite promozionali e vendite di liquidazione. Queste ultime si differenziano dalle prime due perché possono essere effettuate solamente se sussistono determinate condizioni, quali la cessione dell'azienda; la chiusura dell'attività commerciale; la ristrutturazione o rinnovo dei locali; il trasferimento dell'azienda in altro locale. Occorre, inoltre, informare il Comune di competenza prima di svolgere una vendita di liquidazione. È il Comune stesso, infatti, che dovrà verificare se l'attività che ha avanzato richiesta di liquidazione si trova nelle condizioni sopra elencate per poter procedere alla vendita correttamente.

Le vendite promozionali, invece, a differenza dei saldi che hanno carattere stagionale e riguardano i prodotti invenduti, non sono vincolate a particolari mesi dell'anno, seppur il loro svolgimento deve avvenire per un periodo di tempo limitato. Le direttive che riguardano le vendite promozionali sono dettate dalle Regioni, che ne disciplinano lo svolgimento con lo scopo di distinguerle dai saldi. Sono le Regioni, infatti che, in accordo con le organizzazioni locali delle imprese del commercio e dei consumatori, possono eventualmente porre il divieto di effettuare le vendite promozionali tra i 15 e i 40 giorni prima dei saldi.

Per ulteriori informazioni [consulta la pagina dedicata "Guida ai saldi"](#).

## Il calendario completo dei saldi

Abruzzo: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Basilicata: da venerdì 2 luglio a giovedì 2 settembre

Calabria: da sabato 3 luglio a mercoledì 1 settembre

Campania: da definire

Emilia Romagna: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Friuli Venezia Giulia: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Lazio: da sabato 3 luglio a venerdì 13 agosto

Liguria: da sabato 3 luglio a lunedì 16 agosto

Lombardia: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Marche: da sabato 3 luglio a mercoledì 1 settembre

Molise: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Piemonte: da sabato 3 luglio a sabato 28 agosto

Puglia: da sabato 3 luglio a mercoledì 15 settembre

Sardegna: da sabato 3 luglio a venerdì 3 settembre

Sicilia: da giovedì 1 luglio a mercoledì 15 settembre

Toscana: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Trentino Alto Adige: a Trento e provincia i commercianti determinano liberamente i 60 giorni di saldi, nella maggior parte dei comuni dell'Alto Adige i saldi estivi iniziano venerdì 13 agosto e terminano venerdì 10 settembre

Umbria: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Valle d'Aosta: da sabato 3 luglio a giovedì 30 settembre

---

## **Fogalco, Botti è il nuovo presidente: “Pronti ad accompagnare le imprese per agganciare la ripresa”**

*Succede a Martinelli alla guida della Cooperativa di Garanzia che chiude il 2020 con 3.011 soci e un patrimonio netto di 5 milioni di euro*

Cristian Botti è il nuovo presidente Fogalco, la Cooperativa



di Garanzia di Ascom Confcommercio Bergamo che oggi si è riunita in assemblea annuale per eleggere il nuovo Consiglio d'amministrazione oltre al presidente e vicepresidente. Botti succede a Riccardo Martinelli che, dopo quattro mandati, lascia quindi la guida della Fogalco che chiude il 2020 con 3.011 soci e un patrimonio netto di poco meno di 5 milioni di euro (4.971.531 €).

Classe 1972, laureato in Economia e Amministrazione delle Imprese, Botti è contitolare del punto vendita Mondo Ufficio di Almenno San Bartolomeo, affiliato Buffetti. In Ascom è stato vicepresidente vicario del Gruppo Giovani Imprenditori dal 2004 al 2013 e dal 2012 riveste la carica di presidente del Gruppo Librai, cartolibrai e fornitori prodotti per l'ufficio. Dal 2018 è consigliere di Ascom Confcommercio Bergamo oltre che di Fogalco.

“Ho accettato volentieri di mettermi a disposizione di questa realtà storica ben gestita da Martinelli in questi anni e ringrazio i componenti del consiglio di amministrazione per la fiducia data – **sottolinea Cristan Botti** -. Il mio mandato proseguirà nel solco tracciato in questi anni in termini di vicinanza alle piccole e medie imprese del commercio, dei servizi e del turismo del territorio bergamasco in questa situazione particolarmente difficile e delicata sia per le imprese che rappresentiamo sia per l'intero sistema della garanzia consortile. Saranno anni di cambiamenti per tutti e anche Fogalco dovrà evolvere fornendo maggiori servizi finanziari e assistenza ai propri associati per poter agganciare la ripresa che tutti noi speriamo si realizzerà nel breve periodo”.



## **Il ruolo del consorzio fidi in tempi di pandemia**

Ripresa che deve fare i conti con lo shock causato dalla pandemia: il 2020 e in parte il 2021 hanno infatti colpito duro i settori del terziario causando problemi di liquidità alle imprese con il conseguente blocco degli investimenti e l'intervento diretto dello Stato attraverso il fondo centrale di garanzia. Questa situazione ha stravolto l'operatività della cooperativa che si è concretizzata attraverso 63 finanziamenti erogati in favore di imprese socie per un controvalore garantito pari a 1.545.077 euro (contro le 119 pratiche del 2019 per un totale di 2.422.200 euro). Inoltre, 280 imprese associate hanno usufruito dell'assistenza per le pratiche di moratorie, mentre 378 imprese sono state assistite per il finanziamento agevolato.

L'assemblea ha eletto anche il nuovo Cda che rimarrà in carica fino al 2023: un consiglio all'insegna dello snellimento dell'organo amministrativo che passa 7 a 5 membri. Escono il compianto Mauro Dolci, Giorgio Beltrami e il presidente uscente Riccardo Martinelli. Eletto il nuovo consigliere

Giampietro Rota che si aggiunge a Cristian Botti, Roberto Capello, Luciano Patelli e Giovanni Zambonelli, quest'ultimo riconfermato vicepresidente Fogalco.

## **La solidità della garanzia al credito di Fogalco**

Lo scorso dicembre la società Crif Ratings ha rilasciato la valutazione di Solvency Assessment su Asconfidi Lombardia attribuendole la Classe di rischio 1 ("Rischio minimo"): si tratta di un importantissimo risultato che permetterà alla cooperativa di garanzia di essere annoverata tra le migliori realtà del panorama nazionale e di consolidare ulteriormente il proprio standing sul mercato.

Nel documento rilasciato dalla società di rating viene specificato che "la valutazione riflette un profilo finanziario forte riconducibile alla notevole qualità dei crediti di firma gestiti, all'efficiente gestione del rischio di credito perseguita mediante un consistente ricorso a strumenti di credit risk mitigation, nonché all'assenza di tensioni di liquidità. Il profilo di business, inoltre, risulta soddisfacente alla luce del profondo radicamento nel territorio di riferimento in forza del modello organizzativo adottato che assicura stabilità al business e tutela il posizionamento competitivo."

---

## **Lavoro, nei bar e ristoranti bergamaschi mancano oltre 4**

# mila camerieri e addetti in sala

*La situazione paradossale in vista della riapertura totale dei ristoranti: i posti ci sono ma le candidature mancano anche a causa della fuga verso altri settori*

Allarme camerieri e addetti in sala in Bergamasca. I posti di lavoro ci sono ma le candidature mancano anche a causa della fuga verso altri settori. Nonostante il blocco dei licenziamenti, infatti, il numero degli addetti è calato di 4.146 dipendenti (-18,7%) nel corso del 2020. Mentre hanno tenuto gli occupati delle imprese che producono pasti preparati (-2,3%) sono crollati i dipendenti dei ristoranti (-25,4%) e dei bar -(26,2%), categorie in cui sono andati persi oltre 3.485 dipendenti. Un crollo pesante a cui però non corrisponde un aumento delle candidature in un settore che in provincia conta circa 3.900 imprese tra bar, ristoranti, alberghi con ristorante, mense e imprese catering, in cui sono occupati più di 5.200 addetti indipendenti (titolari, coadiuvanti e soci) e oltre 22.100 dipendenti.

“Stiamo assistendo a una situazione paradossale proprio in questi giorni in vista anche della riapertura dei ristoranti al chiuso – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Per i ristoratori questo problema c'è sempre stato per mancanza di profili idonei più che di candidature. Oggi, invece, il crollo è anche delle candidature ed è specchio della fuga verso altri settori, in primis logistica, trasporti ed edilizia, senza contare chi è ancora coperto dagli ammortizzatori sociali. A riguardo va valutato anche un ripensamento dello stesso sistema degli ammortizzatori che deve essere modificato per motivare il lavoratore alla ripresa dell'impiego più che al godimento della Naspi”.

Occupazione pesante, incertezza del lavoro nel lungo periodo e sostegni al reddito troppo deboli sono i motivi secondo cui camerieri e addetti in sala sono “scappati” verso altri settori come conferma **Giorgio Beltrami, presidente del Gruppo Bar Caffè di Ascom e vicepresidente regionale del coordinamento di Fipe Lombardia**: “Anche la Fipe sta manifestando preoccupazione in merito alla carenza di figure professionali in tutta Italia. In Ascom abbiamo investito molto in formazione perché, di fatto, ci vogliono anni a formare personale qualificato. E adesso non solo dobbiamo ripartire da capo ma dobbiamo trovare persone volenterose, soprattutto tra i giovani, che però non rispondono all’appello. A riguardo nel 2018 avevamo lanciato il progetto ‘Formati e Occupati’ perché eravamo già in allerta e avvertivamo questo pericolo all’orizzonte che poi la pandemia ha accelerato”.

“Non è facile ripartire in questo modo – aggiunge **Petronilla Frosio, presidente del Gruppo Ristoratori Ascom Confcommercio Bergamo** -. Nel settore della ristorazione in un anno i dipendenti sono calati di oltre il 18% e quindi ci sono migliaia di posti vacanti e altrettante persone sul mercato del lavoro pronte al reimpiego ma che non rispondono alla chiamata. I motivi sono forse da ricercare nel tipo di lavoro che non è più allettante: fare il cameriere, infatti, comporta diversi sacrifici, dal lavoro in orari serali all’impiego il sabato e la domenica”.

Il problema è ancora più evidente nelle zone turistiche dove è partita la caccia allo “stagionale”: “In questo momento, nel quale le imprese preferirebbero puntare al lavoro a chiamata piuttosto che in assunzione per via delle restrizioni, le difficoltà nell’assumere i profili richiesti è molto alto – ribadisce Fusini -. Se il problema sta montando nelle grandi località turistiche, come la Romagna dove è già in atto la ‘caccia allo stagionale’, è molto probabile che il disagio si riscontrerà con la riapertura anche per le valli bergamasche,

augurandoci che l'afflusso di turisti sia tale da portare nuova occupazione".