

Love, una nuova sede per Ascom nel complesso dell'Accademia Tadini

Punto di riferimento per le oltre 800 imprese del terziario dell'Alto Sebino

Domani, mercoledì 11 ottobre alle 14.30 a Love, in Piazza Garibaldi 6, si inaugura la nuova sede Ascom Confcommercio Bergamo Alto Sebino. Gli uffici, situati in un contesto di grande pregio architettonico all'interno del complesso dell'Accademia di Belle Arti Tadini, rappresentano un punto di riferimento per le 827 imprese del terziario del territorio (Dati Ascom Confcommercio Bergamo su Elaborazione Dati Cciaa al 30 settembre 2023). Tra queste imprese, 347 rappresentano il commercio, seguono i servizi (285) e il turismo (195). Sono 11 i comuni dell'Alto Sebino cui si rivolge la nuova sede; oltre a Love, comune principale dell'area, gli uffici Ascom assicurano assistenza e consulenza alle attività con sede nei comuni di Bossico, Castro, Costa Volpino, Endine Gaiano, Fonteno, Pianico, Riva di Solto, Rogno, Solto Collina e Sovere. Con la nuova delegazione, Ascom rafforza la sua presenza sul territorio, radicata dal 2008, anno di inaugurazione della prima sede di Love, in Via San Giovanni al Rio. "Dopo la ristrutturazione della sede di Treviglio e l'inaugurazione dei nuovi uffici di Clusone, proseguono gli investimenti sul territorio con questa nuova e prestigiosa sede, punto di riferimento per l'Alto Sebino - commenta Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo -. L'associazione punta ad essere sempre più vicina alle imprese e alle loro esigenze, in un territorio ricco di attività economiche e dal grande potenziale e appeal turistico". Alla cerimonia ufficiale con taglio del nastro saranno presenti Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo e Alex Pennacchio, sindaco di Love;

segue la benedizione della nuova sede con Don Alessandro Camadini.

Food film Fest, ciak il 23 agosto

Lo spettacolo del gusto in scena fino al 27 agosto. Ascom in campo con il gelato polenta e latte

500 film provenienti da oltre 80 nazioni: si prepara al via la decima edizione di Food Film Fest, lo spettacolo del gusto che dal 23 al 27 agosto porta in Piazza Mascheroni a Bergamo registi, chef, atleti, intellettuali e grandi conduttori televisivi. Il festival – ideato dall’associazione culturale Art Maiora e dalla Camera di Commercio di Bergamo – “serve” sul grande schermo storie di cibo e di vita, che esplorano l’universo del food attraverso lo sguardo di diversi Paesi e culture; coltiva l’appetito per la conoscenza in un percorso che porta il pubblico dagli anime, i cartoni animati giapponesi, alle paralimpiadi, dallo showman Piero Chiambretti all’invenzione della cioccolata calda. Semina, raccoglie e porta in tavola una nuova cultura del cibo come consapevolezza e sostenibilità, che dai diversi Paesi del mondo si proietta a Bergamo. Cibo, cultura, cura elencano il messaggio che quest’anno più che mai in occasione di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura dobbiamo fare nostro e trasmettere più forte e più grande al di fuori dei confini del territorio. In occasione della grande cerimonia inaugurale in programma il 23 agosto i gelatieri Ascom Confcommercio Bergamo presenteranno il gusto Polenta e latte messo a punto per raccontare e accomunare le due città capitale della cultura 2023. A raccontare la versione gelata della più semplice è

autentica ricetta che conquista con il suo sapore ed evoca il piatto di riciclo delle nostre nonne, Luciana Polliotti, storica del gelato e Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo

Il Presidente di Camera di Commercio Bergamo, Carlo Mazzoleni, racconta dell'importanza di questo traguardo, il decimo anniversario di un festival che è nato e cresciuto dalla collaborazione tra molte realtà presenti sul territorio, legate a doppio filo da un tema comune: "Il tema dell'alimentazione vive a 360°, in ognuna delle sue complesse sfaccettature. A partire dalle politiche legate alla sostenibilità e all'ambiente ci si orienta verso un orizzonte temporale di stabilità e visione al futuro". A fare da faro verso un nuovo modo di pensare il nostro cibo, sono i 31 film in gara selezionati tra gli oltre 500 provenienti da 4 continenti. Dall'Africa viene un film sulla costruzione di una casa nel bosco; dall'Asia il racconto di una madre che cerca di guadagnarsi un pasto per il figlio; dall'America la tradizione di una ricetta preparata ad occhi chiusi; dall'Europa si lancia un messaggio sulla sostenibilità ambientale tra realtà e distopia, mentre l'Italia prende per mano lo spettatore tra il lavoro delle malghe e i profumi della Sicilia. I film finalisti del concorso cinematografico internazionale competono nelle 3 categorie DOC, MOVIE e ANIMAZIONE e i vincitori saranno divulgati attraverso il canale TV di Gambero Rosso (Sky 133 e 415). Tra le tante proiezioni in programma, il pubblico potrà assistere anche a 2 film da sala ad ingresso gratuito: "Si chef! La Brigade" film del 2022 diretto da Louis-Julien Petit e "Le ricette della signora Toku" film del 2015 scritto e diretto da Naomi Kawase. "Ci sono tante iniziative che nascono e dopo poco si spengono, ma siamo entusiasti di accogliere nel palinsesto BGBS2023 questo compleanno speciale che è il decimo anniversario di Food Film Fest" esordisce il Sindaco di Bergamo Giorgio Gori, con un appello al significato e all'importanza del tema food – "Il cibo è un argomento fantastico, funge da punto d'incontro tra mille dimensioni e necessità, identificandosi come fulcro

di convivialità in ogni luogo e ogni tempo.” Il tema scelto per la X edizione del festival è Feeling Food. Il sentimento del cibo che in un gusto, un profumo, un’immagine apre il cassetto dei ricordi negli angoli più nascosti della nostra mente. Cibo proiettato sul grande schermo che entra nel festival anche sotto forma di laboratori ed assaggi offerti da Camera di Commercio, Coldiretti, Slow Food Bergamo Valli Orobianche Bassa Bergamasca e Ascom Bergamo. Dall’aceto balsamico, parmigiano reggiano e lambrusco dell’Emilia Romagna ai casonsèi bergamaschi, dalla pasta ripiena con la formaggella della Val di Scalve alla torta Donizetti fino al Rafiolodi S. Alessandro. Il cibo si assapora con gli occhi e con la bocca, per gustare fino in fondo la cultura del food come piacere e intrattenimento; senza rinunciare agli spazi di dialogo e riflessione. Nadia Ghisalberti, Assessora alla Cultura del Comune di Bergamo, spiega la liason tra la città e la manifestazione “Bergamo è una città la cui vita culturale è arricchita dalla presenza importante di diversi festival nazionali e internazionali. Food Film Fest giunge alla sua decima edizione nell’anno di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura, e ben rappresenta un esempio di lavoro di rete, ossia la sinergia e lo spirito di collaborazione tra soggetti culturali, associazioni e imprese del territorio. La cultura del cibo è un mezzo di conoscenza di luoghi, tradizioni, persone, strumento di promozione della salute e del benessere, tocca i temi dello sviluppo sostenibile, della tutela dell’ambiente e dei lavoratori. Il linguaggio del cinema è in grado di raccontare tutto questo travalicando i confini geografici.” Tra gli appuntamenti imperdibili, la serata “Prendete e mangiatene tutti” nella quale il giornalista ed autore televisivo Domenico Iannacone racconterà al pubblico il suo incontro con chi il cibo se lo deve conquistare ogni giorno. A seguire lo psichiatra Leonardo Mendolicchio, che ci prenderà per mano lungo il sentiero scosceso che mette in relazione cibo, bilancia e amore; mentre l’atleta paraolimpica Martina Caironi e la pallavolista Ilaria Galbusera apriranno per noi il frigorifero dei campioni. La cucina incantata del

maestro dell'animazione giapponese Hayao Miyazaki porterà sul palco le ricette di tutti i suoi film attraverso le parole di Silvia Casini, scrittrice del libro di ricette tratte dal mondo Gibli; mentre il grandissimo showman Piero Chiambretti ci parlerà della grande torta della sua vita. Tra la fusione fredda e Socrate, svoltando in direzione dell'invenzione della cioccolata calda e poi sempre dritti fino ad un'altra grande invenzione – quella della birra Franklin – il sociologo Massimiano Bucchi ci condurrà in un viaggio di misteri e scoperte, da cui usciremo con il sapore del buon cibo in bocca e qualche risposta in più in testa. Di tante domande e qualche risposta è fatto anche l'incontro sul cibo sintetico di Coldiretti Bergamo: possibile che il futuro sia la carne in vitro? A difendere il buon cibo bergamasco da un futuro che si muove a passo svelto è il Responsabile Servizio Cultura e UNESCO Claudio Cecchinelli. Durante l'incontro verrà anche proiettato in anteprima il nuovo documentario "Living Matter: Bergamo and the CheeseValleys" promosso da Bergamo Creative City.

La serata di sabato 26 agosto sarà l'occasione per una festa in piazza Mascheroni che comincia alle 21.30 con lo spettacolo "Veni, Vini, Cibi", che unisce intermezzi comici, musica e incursioni cantate con il buon cibo della nostra tradizione, per non dimenticarsi della poesia che c'è dietro il rito della Tavola. L'ultimo appuntamento cade di domenica mattina, giornata conclusiva di Food Film Fest, dedicata ai bambini: il laboratorio "la polenta del Giopì" a cura di Lavinia Marcu de "I Teatri dei Bambini" trasformerà ogni partecipante in un piccolo pittore, che attraverso la polvere d'oro della polenta si addenterà nel magico mondo del cibo e della creatività. Romina Russo, Consigliera della Provincia di Bergamo con delega alla cultura, interviene evidenziando il valore che il festival porta alla comunità "Importante sottolineare è la qualità della proposta di Food Film Fest, che ha portato consapevolezza e riflessione in merito al tema del cibo come identità di un popolo e di un territorio, definendone i confini".

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

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

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



Oscar Fusini

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

Le aspettative da parte dei commercianti sono alte: via libera dunque agli affari, senza indecisioni e tentennamenti nello shopping d’occasione.



Diego Pedrali

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

LE REGOLE PER SALDI CHIARI E SICURI

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

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

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

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

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

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

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

Ambulanti, si perdono insegne anche storiche

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

Le imprese del commercio su aree pubbliche a Bergamo e provincia al 30 Aprile 2023 sono 1879, numeri importanti che occupano una fetta significativa della realtà complessiva del commercio bergamasco. La categoria fino al 2017 ha registrato una costante crescita delle imprese, ma dal 2018 c'è stata un'inversione di tendenza. Un dato riscontrabile anche a livello nazionale. Preoccupante il calo del 2019, ma il dato peggiore è del 2022 con la perdita di 122 imprese. "Un calo imputabile al lungo periodo di emergenza pandemica, che ha di fatto bloccato per molto tempo le imprese, in particolare la categoria dei fieristi: rispetto al volume di affari registrato nel 2019 le attività di commercio su aree pubbliche hanno infatti perso nel 2020 oltre 37 punti percentuali rispetto all'anno precedente, con punte del 90% per alcuni comparti merceologici e di tipologia di esercizio" commenta Diego Pesenti, presidente provinciale Fiva. La ripartenza poi è stata complicata "L'incertezza post covid ha determinato un atteggiamento "prudente" provocando un calo degli investimenti, aspetto che caratterizza anche le previsioni nel 2023- continua Pesenti- . Conclusa l'emergenza sanitaria inizia la guerra in Ucraina e l'impennata dell'inflazione che ha fatto crescere in maniera imprevedibile e sostanziosa i costi: molte delle nostre aziende, per quella naturale propensione della categoria a mantenere un profilo molto concorrenziale, non ha adeguato all'andamento dell'inflazione i prezzi dei prodotti messi in vendita, riducendo pertanto i



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

avviare un'attività di commercio su aree pubbliche, segno che questo lavoro è ancora attraente. E' in corso un cambiamento determinato da tanti fattori, ma il settore del commercio su

aree pubbliche rappresenta circa un quinto dell'intera distribuzione al dettaglio. Nella nostra provincia si svolgono oltre 250 mercati la settimana e un numero sempre crescente di fiere; da non dimenticare l'importante servizio svolto dagli innumerevoli ambulanti itineranti, che portano il negozio fuori casa". Il mercato piace e riesce ad essere un importante appuntamento per molte persone, rivitalizza i centri storici oltre a farci percepire il gusto delle tradizioni, offre momenti di socializzazione, perché è impossibile non incontrare al mercato un parente un vicino di casa un amico-continua Pesenti-. Resta un luogo dove trovare tanti articoli interessanti e poter risparmiare; le fiere poi sono un'esplosione di profumi, colori, luci, tante golosità e molti articoli curiosi che insieme danno vita a qualcosa di autenticamente magico".

L'identikit dell'impresa ambulante in città e provincia

In assoluto la maggior parte delle aziende ambulanti è gestita da imprenditori di nazionalità italiana il 61%. Non stupisce però, per chi conosce il settore, scoprire che tra le imprese ambulanti della provincia il 39% sono condotte da stranieri, un po' meno scontato che di questi solo il 2% sia di nazionalità cinese, infatti nei primi anni del 2000 hanno occupato una fetta importante del commercio ambulante non solo nella nostra provincia. Mentre i cittadini stranieri ambulanti più numerosi nel nostro paese, sono quelli di nazionalità marocchina il 18%, è curioso scoprire che i primi arrivi in Italia si registrano all'inizio degli anni '70, il loro approccio con il commercio in molti casi si sviluppa con la vendita porta a porta, negli anni si sono inseriti nei mercati. Nei dati non compare, ma tra gli ambulanti di nazionalità marocchina è frequente il passaggio generazionale. Tra le presenze più significative dietro ai banchi dei nostri mercati e delle nostre fiere, al terzo posto ci sono i senegalesi, 8%, che sono esclusivamente

specializzati nella vendita di prodotti del settore non alimentare. Seguono gli ambulanti provenienti dalla Nigeria 5%. La maggior parte delle attività ambulanti sono imprese a carattere familiare, pertanto ruotano attorno all'azienda due o più componenti della famiglia, ma la titolarità delle imprese è in carico quasi esclusivamente agli uomini, le donne sono solo il 20%. Tiene bene l'assortimento merceologico tra i banchi dei mercati, segno della sua naturale capacità di garantire un'offerta varia ed equilibrata. Alcuni articoli hanno la tendenza a preferire il pubblico delle fiere, come ad esempio i giocattoli e i libri, mentre altri si trovano nei mercati più grandi o in contesti specifici come la ferramenta.

Il mercato deve puntare a essere attrattivo anche in chiave turistica

I numeri delle imprese segnalano le difficoltà di un settore che ha subito notevolmente il problema della pandemia, come sottolinea Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo. "La "fuga dei cinesi" che oggi puntano attività all'apparenza più remunerative come ristoranti, bar e tabaccherie è un segnale delle difficoltà del settore. Il problema del ricambio generazionale è molto sentito nel settore del commercio ambulante perché è un lavoro che richiede sacrifici in termini di orari condizioni di lavoro che possono essere compensate solo dalle soddisfazioni del lavoro in proprio, del contatto con le persone e della passione". Il settore sta riducendosi per numero di imprese ma sta potenziandosi con mercati che modificano la loro vocazione e imprese che investono per estendere l'offerta, differenziandosi dai concorrenti e crescere la qualità. "Il mercato piace alla gente e anima i centri storici. L'antica contrapposizione tra negozi e ambulanti è superata da molti anni. Il mercato attira persone e con il passaggio tutti lavorano di più. Se l'attesa di un mercato coperto anche a Bergamo può essere un grande richiamo per il turismo e la vivacizzazione del centro città non devono mancare nuove

esperienze di sviluppo congiunto del commercio di vicinato tradizionale e ambulante. La recente scommessa della città di Treviglio che ha ospitato la prima edizione dei mercati Europei di Fiva rappresenta un'esperienza positiva che ora deve crescere. Occorre una nuova e rinnovata alleanza tra amministratori comunali e associazioni di categoria per un rilancio congiunto dei centri storici e dei mercati. Non scelte unilaterali che rischiano di distruggere mercati e impoverire i centri storici”.

Professionisti, soddisfazione per la legge sull'equo compenso

Mongelli: “Un primo passo per la tutela e per assicurare retribuzioni minime certe”

Con il via libero definitivo all'equo compenso per le prestazioni dei liberi professionisti la pubblica amministrazione e società partecipate dalla pa, le imprese bancarie e assicurative (e loro controllate e mandatarie) e le aziende con più di 50 dipendenti o con un fatturato superiore ai 10 milioni di euro e dovranno corrispondere al professionista in convenzione una remunerazione proporzionata alla quantità e qualità del lavoro, oltre che conforme ai parametri ministeriali. Una legge attesa anche da tutti i professionisti non organizzati in ordini o collegi che porterà all'adozione di parametri per ogni categoria, che dovranno essere stabiliti entro 60 giorni dall'entrata in vigore della legge, da un apposito decreto del ministro delle Imprese e del Made in Italy, con un “tariffario” che andrà aggiornato ogni

due anni.



Matteo Mongelli

Positivo il commento di Confcommercio Professioni, anche con il presidente provinciale **Matteo Mongelli**: “La norma rappresenta un primo passo per la tutela di tutti i professionisti. A livello provinciale è stata espressa soddisfazione da parte della base associativa, che rappresenta svariate categorie del mondo professionale facenti capo ai titolari di partita Iva. L’estensione della norma a tutte le nostre professioni non ordinistiche apre al confronto con le relative rappresentanze e a un grande lavoro per stabilire parametri certi per garantire un’equa retribuzione. La legge risponde alla richiesta di valorizzare e tutelare i professionisti. Oltre alla retribuzione, da anni attraverso Confcommercio Professioni ci battiamo per attestare le competenze della rappresentanza di partite Iva non facenti capo a ordini professionali, per contribuire ad innalzare la preparazione e l’immagine degli associati”. La nuova norma interessa, oltre alla pubblica amministrazione, circa 1000 aziende private, che dovranno adeguare i compensi ai professionisti incaricati. La legge, oltre a istituire l’Osservatorio nazionale sull’equo compenso, consente inoltre la tutela dei diritti individuali omogenei dei professionisti attraverso l’azione di classe proposta dalle associazioni

professionali (oltre che dal consiglio nazionale dell'ordine per le professioni ordinistiche).

Un sacchetto di cose da fare per l'ambiente, al via la campagna Confcommercio-CONAI

Poster, cartelli informativi e volantini indicano il corretto uso e smaltimento dei sacchetti

Ascom Confcommercio Bergamo aderisce alla campagna nazionale Confcommercio- CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) "Un sacchetto di cose da fare per l'ambiente" per richiamare il corretto utilizzo dei sacchetti in plastica rispondenti alle caratteristiche di legge, proprio in relazione al loro diversificato impatto ambientale e alla necessità di non disperderli, favorendo un loro regolare riuso, riutilizzo e riciclo. L'iniziativa, al terzo anno dal suo lancio, si inquadra all'interno del percorso di sensibilizzazione intrapreso nei confronti del sistema associativo sui temi dell'economia circolare e della sostenibilità ambientale, focalizzando l'attenzione anche sui comportamenti del consumatore e orientandolo verso scelte consapevoli di riduzione dell'impatto ambientale.

L'azione di comunicazione si rivolge sia al settore della distribuzione alimentare, sia alle attività diverse non food (distribuzione elettronica, abbigliamento, ferramenta, etc). Tutte le aziende associate avranno a disposizione un kit di divulgazione per ricordare alla clientela quali sono i sacchetti più idonei da utilizzare e qual è il loro corretto smaltimento.

Poster, cartelli informativi e volantini indicano il corretto uso e smaltimento per ogni tipologia di busta per la spesa. La bioplastica può essere ad esempio riutilizzata per raccogliere gli scarti organici ed essere così conferita nel sacchetto dell'umido: così gli si dà un nuovo utilizzo senza inutile dispersione nell'ambiente. Lo stesso discorso vale per i sacchetti ultraleggeri per alimenti sfusi che, smaltiti nell'umido, possono tornare in natura sotto forma di compost, utile al terreno. I sacchetti di plastica per il trasporto riutilizzabili possono essere usati più volte per spesa o altri scopi. Una volta rotti o terminato il loro uso vanno conferiti nella plastica per essere così riciclati per ottenere nuove materie prime secondarie, utili per realizzare nuovi prodotti.

“L’iniziativa rafforza il tentativo di dare un contributo fattivo alla sensibilizzazione verso l’ambiente, attraverso la promozione di piccoli gesti e attenzioni che coinvolgono ogni giorno potenzialmente tutti noi- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Un corretto utilizzo dei sacchetti può portare un risparmio non solo per gli imprenditori, ma anche per i consumatori, ma soprattutto non può che fare bene all’ambiente”.

Ecco la [locandina](#) della campagna

Il [volantino informativo](#) distribuito ai clienti

Agenti di commercio, webinar il 17 marzo su pensione e

dimissioni

I consulenti legali Fnaarc chiariranno tutti gli aspetti legati all'uscita dal mondo del lavoro per gli agenti

La pensione e le dimissioni dell'agente di commercio sono al centro del webinar gratuito organizzato da Fnaarc per gli associati. L'incontro, in programma venerdì 17 marzo dalle 13.30 alle 14.30 via Zoom, approfondisce il tema con i consulenti legali Fnaarc Agostino Petriello e Paolo Petriello. I due avvocati chiariranno tutti gli aspetti legati all'uscita lavorativa, dai presupposti per il pensionamento all'impatto a seconda della forma giuridica dell'agente, al diritto alle indennità di fine rapporto.

Per iscriversi è necessario inviare una email a fnaarc.bergamo@ascombg.it o telefonare a Carlo Garzetta, segretario del Gruppo Agenti di Commercio Ascom Confcommercio Bergamo: 035.4120175, entro le 13.00 di giovedì 16 marzo. Seguirà l'invio del link di accesso al webinar a tutti i partecipanti.

Bergamo cambia: bene il terziario in centro, frenano ospitalità e pubblici esercizi

Le principali evidenze emerse dall'Osservatorio sulla demografia d'impresa Confcommercio

Bergamo sta cambiando pelle: si arresta la crescita nel settore dell'ospitalità, per effetto soprattutto della pandemia, mentre torna a crescere il terziario, trainato dal commercio alimentare. L'ospitalità tiene soprattutto fuori dal centro storico, mentre il commercio perde insegne in periferia. Sono queste le principali evidenze emerse dall'Osservatorio nazionale di Confcommercio della demografia d'impresa nelle città italiane e nei centri storici, realizzato dall'Ufficio Studi di Confcommercio in collaborazione con il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne. Un quadro che conferma le analisi effettuate da Ascom Confcommercio Bergamo sui dati puntuali della Camera di Commercio di Bergamo: dal 2019 al 2022 le attività del terziario nel centro storico di Bergamo sono tornate a crescere con un +4,4%, trascinate soprattutto dal commercio alimentare che ha trovato nella vendita per l'asporto e per il consumo sul posto nuova linfa, mentre fuori dal centro storico si registra un calo delle attività del terziario del -2,6%.

Il dato positivo del centro storico ribalta gli indici negativi relativi al trend sui dieci anni : in due lustri il commercio al dettaglio ha perso il 14,4% nel centro storico e l' 8,8% fuori dal centro storico. Di contro, dopo un trend estremamente positivo che nei dieci anni dal 2012 al 2022 ha portato ad una crescita di alberghi, ristoranti e bar del 12,3% nel centro storico e del 16,9% fuori dal centro storico, nell'ultimo triennio, per effetto della pandemia, si è registrato un calo del 10 nel centro storico e dello 0,4% fuori dal centro storico.

*"I dati dell'Osservatorio evidenziano la tenuta del commercio della città, soprattutto riferita al campione dei capoluoghi di provincia di medie dimensioni che hanno registrato perdite consistenti in tutti i settori- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Bergamo negli ultimi dieci anni ha cambiato in parte la sua vocazione e ha saputo rigenerarsi con l'apertura di attività di alloggio, ristoranti*

e bar, laddove arretrava il commercio in senso stretto. Oggi, grazie alla crescita delle presenze turistiche, la tenuta registrata è imputabile all'apertura di nuove attività dell'accoglienza fuori dal centro storico. Per quanto riguarda invece bar e ristoranti, dopo la crescita esponenziale nel decennio, negli ultimi tre anni il settore ha dimostrato di aver raggiunto la sua saturazione con la diminuzione dei pubblici esercizi, soprattutto nel centro storico".

L'Osservatorio di Confcommercio

L'Osservatorio della demografia d'impresa nelle città italiane e nei centri storici fotografa i cambiamenti del commercio e delle imprese nelle città italiane negli ultimi dieci anni, con particolare riguardo ai centri storici. L'ottava edizione dello studio arriva in una fase che ha visto superare il picco della crisi dovuta alla pandemia e alla stagnazione dei consumi, ma che si confronta oggi con nuove emergenze derivanti dal caro energia, da una elevata inflazione e dal protrarsi della guerra in Ucraina. I cambiamenti nelle preferenze e nelle abitudini di acquisto e consumo, le scelte commerciali e localizzative della grande distribuzione e delle superfici specializzate, lo sviluppo del commercio online e altri fattori stanno modificando le nostre città e i centri storici in particolare, con meno insediamenti del commercio tradizionale e più servizi e con differenti dinamiche tra le aree geografiche del Paese. L'analisi riporta i dati aggiornati sull'evoluzione commerciale nelle città dal 2012 ad oggi e riguarda i dati dei 120 comuni medio-grandi italiani (regione per regione), di cui 110 capoluoghi di provincia e 10 comuni non capoluoghi di media dimensione (escluse le città metropolitane perché multicentriche).

I dati nazionali

Spariti oltre 100mila negozi dalle città italiane e

15mila ambulanti

Negli ultimi 10 anni sono sparite quasi centomila attività di commercio al dettaglio e oltre quindicimila imprese di commercio ambulante. Crescono gli alberghi e i ristoranti ma senza riuscire a compensare le riduzioni del commercio. Tra il 2012 e il 2022 sono sparite, complessivamente, oltre 99mila attività di commercio al dettaglio e 16mila imprese di commercio ambulante; in crescita alberghi, bar e ristoranti (+10.275); nello stesso periodo, cresce la presenza straniera nel commercio, sia come numero di imprese (+44mila), sia come occupati (+107mila) e si riducono le attività e gli occupati italiani (rispettivamente -138mila e -148mila). Concentrando l'analisi sulle 120 città medio-grandi, la riduzione di attività commerciali e la crescita dell'offerta turistica risultano più accentuate nei centri storici rispetto al resto del comune, con il Sud caratterizzato da una maggiore vivacità commerciale rispetto al Centro-Nord.

Il tessuto commerciale nei centri storici: più servizi e tecnologia

Cambia anche il tessuto commerciale all'interno dei centri storici con sempre meno negozi di beni tradizionali (libri e giocattoli -31,5%, mobili e ferramenta -30,5%, abbigliamento -21,8%) e sempre più servizi e tecnologia (farmacie +12,6%, computer e telefonia +10,8%), attività di alloggio (+43,3%) e ristorazione (+4%).

Desertificazione commerciale: si scende da 9 a 7,3 negozi per mille abitanti

La modificazione e la riduzione dei livelli di servizio offerto dai negozi in sede fissa confina con il rischio di desertificazione commerciale delle nostre città dove, negli ultimi 10 anni, la densità commerciale è passata da 9 a 7,3 negozi per mille abitanti (un calo di quasi il 20%). Per evitare gli effetti più gravi di questo fenomeno, per il commercio di prossimità non c'è altra strada che puntare su

efficienza e produttività anche attraverso una maggiore innovazione e una ridefinizione dell'offerta. E rimane fondamentale l'omnicanalità, cioè l'utilizzo anche del canale online che ha avuto una crescita esponenziale negli ultimi anni, con le vendite passate da 16,6 miliardi nel 2015 a 48,1miliardi nel 2022. Elemento, questo, che ha contribuito maggiormente alla desertificazione commerciale ma che rimane comunque un'opportunità per il commercio "fisico" tradizionale

Il nuovo scenario economico per le piccole imprese, lunedì 27 convegno in Ascom

Al centro del convegno l'accordo di collaborazione Confcommercio-Intesa Sanpaolo

In Italia le aziende con meno di dieci dipendenti sono circa quattro milioni e rappresentano più del 95% del totale di imprese nazionali di industria e servizi. Intesa Sanpaolo e Confcommercio hanno condiviso, attraverso un accordo di collaborazione, un programma di iniziative con condizioni dedicate per supportare la crescita e favorire gli investimenti verso la trasformazione digitale e sostenibile. L'incontro, in programma lunedì 27 febbraio alle 15 in Sala Conferenze Ascom Confcommercio Bergamo, si propone di approfondire le soluzioni pensate per le piccole imprese per favorirne la ripresa e affrontare le sfide di un contesto in rapida evoluzione.

L'incontro si apre con i saluti di Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo. Gianluigi Venturini, direttore Regionale Lombardia Nord Intesa Sanpaolo, introduce

il progetto Crescibusiness di Intesa Sanpaolo. L'incontro, moderato dal direttore Ascom Confcommercio Bergamo Oscar Fusini, rappresenta l'occasione di interrogarsi sullo scenario per le piccole imprese del territorio con l'economista Enrica Spiga della Direzione Studi e Ricerche Intesa Sanpaolo. Roberto Spinucci, direttore Commerciale Retail Lombardia Nord Intesa Sanpaolo, presenta nei dettagli l'accordo tra Intesa Sanpaolo e Confcommercio. Al termine dell'incontro sarà dato ampio spazio al confronto e alle domande dei partecipanti.

Per iscriversi, [cliccare qui](#)

Black Friday, consumi in calo, ulteriore stretta per i negozi tradizionali

Prevista comunque una spesa di oltre 68 milioni di euro in Bergamasca, budget medio a famiglia di 145 euro

Tra mail, promozioni e messaggi, ci si proietta verso il weekend di sconti per il Black Friday e, per acquisti hi-tech, per il Cyber Monday di lunedì. Caro energia e inflazione impongono maggiore attenzione alle spese, ma tra offerte e promozioni, Ascom Confcommercio Bergamo stima, sulla scorta delle previsioni di spesa del rapporto di ricerca affidato a Format Research, un budget che oscilla tra i 120 e i 160 euro a famiglia. La spesa prevista in provincia di Bergamo sarà quindi di oltre 68 milioni di euro (68.150.000 euro; il dato è ricavato da una media di spesa di 145 euro per 470.000 famiglie orobiche). Quest'anno si preannuncia un Black Friday

più morigerato nei consumi rispetto all'anno scorso, quando il week-end lungo di sconti esplose per effetto del primo ritorno alla normalità dopo un anno di restrizioni; la stima è inferiore anche al dato pre-Covid. La spesa media del 2021 era compresa tra i 130 e i 180 euro, decisamente al di sopra del pre-pandemia, con i 120-170 euro del 2019. In attesa dei dati sui consumi effettivi di queste settimane, Ascom prevede un aumento della percentuale di coloro che rinunceranno al Black Friday e anche ai regali di Natale. Rispetto al 2021 aumenterà di 5 punti la percentuale di coloro che non acquisterà regali: il 17 %, contro il 12% dello scorso anno. Si prevede una crescita di tre punti anche degli indecisi, che salirà al 38% (contro il 34,9% del 2021). Nel periodo della "settimana nera" si prevede un calano generale degli acquisti, dal numero di clienti allo scontrino, a danno soprattutto dei canali tradizionali di vendita: *"Temiamo che quest'anno, mentre terrà la percentuale degli acquisti online, che potrebbe anche salire al 75% degli acquirenti nella settimana del Black Friday e del Cyber Monday, ci sarà invece una riduzione delle persone che utilizzeranno i canali più tradizionali, negozi di vicinato (21%), distribuzione organizzata (20%) e centri commerciali (35%)- sottolinea Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Sul web la spinta dei grandi brand e delle piattaforme di commercio stia preparando i clienti a sconti molto forti, anche dal 50 al 75%, percentuali che non sono assolutamente sostenibili per nessun canale tradizionale di vendita".* La preoccupazione di un duro colpo alla rete dei negozi tradizionali in favore del web è molto forte per l'associazione commercianti: *"Guerra e caro energia stanno impoverendo ulteriormente molte famiglie bergamasche, oltre a frenare gli acquisti anche di chi non ha problemi economici- continua Oscar Fusini-. Questa situazione rischia di spostare per necessità intere fasce di consumatori verso i canali digitali, più di quanto non abbia fatto la pandemia, peraltro in ambienti di acquisto nei quali le possibilità dei controlli e le tutele contro le truffe sono limitati".*