

I macellai Ascom alla Fiera di Sant'Alessandro

Anche quest'anno il Gruppo Macellai Ascom ha scelto la storica Fiera di Sant'Alessandro per presentare al pubblico tutto il lavoro di selezione e preparazione che sta dietro ad ogni grande ricetta a base di carne. Domenica 2 settembre, dalle 16 alle 18, i macellai terranno una dimostrazione di disossatura e sezionamento, illustrando le caratteristiche di ogni singolo taglio e i segreti per riconoscerne a vista d'occhio qualità e freschezza.

Negozi più digitali con i bandi di Regione e Camera di Commercio

Negozi più digitali con i bandi di Regione e Camera di Commercio. Il 10 settembre si apre il bando StorEvolution e Camera di Commercio mette a disposizione dei negozi che vogliono investire sul digitale contributi in voucher. Info: Giorgio Pupp 035.4120123 e Matteo Milesi 035.4120210

Negozi storici, in Ascom attivo lo sportello

Negli uffici Ascom di Bergamo è attivo lo sportello Negozi Storici. Per info e appuntamenti: Marcella Gualeni tel. 035 4120340

Acquisti last second prima del grande esodo

Si avvicina il grande esodo dei vacanzieri bergamaschi e in queste ultime ore chi è in partenza concentra gli ultimi acquisti nei negozi. Le spese sono sempre ponderate, ma a sandali, infradito e bermuda nuovi non si rinuncia. E chi ha solo bikini nel cassetto si prepara ad acquistare un costume intero, vero must della stagione. Gli appassionati di snorkeling più modaioli sono pronti a comprare il granfacciale per le immersioni, che ricopre interamente il viso invece di usare mascherina e boccaglio, piccola rivoluzione nelle immersioni. I bergamaschi diretti verso i monti, molti nelle nostre Prealpi orobiche, si concentrano su abbigliamento hi-tech per escursioni a prova di ogni intemperie, pedule e racchette. Soffre l'abbigliamento classico, in particolare d'alta gamma, anche se ovviamente non manca chi cede alla tentazione dell'abito chic sfuggito finora agli acquisti in saldo, ancora in vetrina. Ha sempre mercato l'abbigliamento bimbi e i saldi sono l'occasione per rinnovare il baby guardaroba. Quanto alle valigie, hanno avuto un discreto mercato a luglio, ora le si sostituisce solo se indispensabile o per destinazioni di viaggio che richiedono o consigliano

caldamente le chiusure per i controlli di sicurezza Tsa.

Per i commercianti è tempo anche di fare un primo bilancio dei saldi, a quasi un mese dalla loro partenza ufficiale, il 7 luglio (gli sconti proseguono fino al 30 agosto).

I numeri- come rivela un sondaggio Ascom tra i commercianti- sono sostanzialmente in linea con lo scorso anno, anche se la partenza sei giorni più tardi dell'estate 2017 (le vendite di fine stagione erano iniziate il 1°luglio) non è stata ancora recuperata per quanto riguarda gli incassi. "Molti rilevano un calo fino al 10% rispetto allo scorso anno" commenta il presidente del Gruppo Abbigliamento, Calzature e articoli sportivi Ascom Diego Pedrali.

L'interesse per i saldi, a detta dei commercianti, sta scemando per effetto delle promozioni tutto l'anno, oltre che della concorrenza sleale di chi non rispetta il divieto della Regione di vendite promozionali nei trenta giorni antecedenti l'inizio delle vendite di fine stagione. "Pesa anche la concorrenza crescente dell'e-commerce, per cui si attende la formulazione di una tassazione ad hoc. I commercianti devono operare in un contesto di regole certe e uguali per tutti" continua Pedrali.

Come ogni anno l'avvio dei saldi è decisivo per stabilirne da subito il successo: gli inizi sono stati quasi ovunque abbastanza buoni, poi la corsa allo shopping ha avuto un inevitabile calo. Si decide l'acquisto solo dopo prove e riprove nei camerini, mai così affollati, e solo se è davvero necessario, anche per non sottrarre budget, in tempo di crisi, alle vacanze pianificate. Stop quindi agli acquisti di impulso che con i saldi hanno sempre avuto fortuna, sì a qualche sfizio, ma senza eccessi e follie, a maggior ragione per un popolo di buoni risparmiatori come i bergamaschi.

Nelle catene dove è possibile ritirare gratuitamente in negozio la merce acquistata on line, crescono i pacchetti in

attesa del ritiro e c'è chi compra sul web anche solo un paio di slip.

Nelle località di villeggiatura si spera in un bell'agosto complice il pienone nelle valli e sul lago: gli acquisti dei turisti sono quasi sempre contenuti, ma possono contribuire a risollevarne un poco una stagione non entusiasmante sul fronte dei consumi.

Doggy bag, e se ci abituassimo a chiederla al ristorante?

Se chiedete a dieci persone, 9 rispondono che la doggy bag è utile per non sprecare cibo e bevande già pagate, eppure la maggior parte al ristorante non chiede di portare a casa il cibo e le bevande avanzate. Farlo provoca imbarazzo nei confronti del cameriere, ma soprattutto verso chi ci vede portare via gli avanzi. Il problema è culturale. Crediamo sia poco elegante e di venir considerati taccagni, maleducati o addirittura rozzi. In realtà la vera vergogna è quella di gettare cibo ancora utilizzabile. Da parte loro i ristoratori obiettano che il cibo viene preparato per essere ordinato e consumato sul posto e che le porzioni sono adeguate.

Secondo gli ultimi dati, nei ristoranti italiani si sprecano ogni anno 185mila tonnellate di cibo. Un'enormità. La cosiddetta legge Gadda (L.166) contro gli sprechi alimentari, introducendo procedure semplici e chiare per la donazione di alimenti commestibili ma non più commerciabili, ha portato a un significativo miglioramento circa il quantitativo di cibo sprecato (le donazioni sono

umentate del 20%). Ma bisogna lavorare anche sull'ultimo anello della catena: la pratica della doggy bag deve diventare un'abitudine, come lo è già in molti paesi.

NEL RESTO DEL MONDO CHIEDERE IL CIBO AVANZATO È NORMALE

In India, in Cina, Malesia, nelle Filippine e in Sudafrica la doggy bag è una pratica comune (è assolutamente normale chiedere di portare via il cibo non mangiato) anche nei ristoranti di lusso, dove si usano confezioni sofisticate. Negli Stati Uniti portare a casa il cibo avanzato è un'abitudine molto diffusa, già dagli anni '40, anzi spesso sono gli stessi camerieri a proporlo (risparmiando ai clienti l'imbarazzo di chiederlo. Addirittura esistono anche le wine-bag per le bottiglie di vino non terminate. In Francia i ristoranti con più di 180 coperti sono obbligati a mettere a disposizione la vaschetta per i propri clienti. Anche se sono più reticenti, i britannici seguono l'esempio americano. In Germania, molti ristoranti su richiesta della clientela preparano un pacchettino da asporto e non per il cane. Nel resto d'Europa, compresa l'Italia, questa pratica stenta a prendere piede.

SPRECHI ALIMENTARI: E GUERRA SIA!

UNA DOGGY BAG PER FERMARE LO SPRECO A PARTIRE DAL NOME

Per incentivare l'uso della 'sportina', nel 2015 Fipe, insieme a Comieco (il consorzio per il recupero e riciclo degli imballaggi di cellulosa) ha lanciato con successo il progetto 'Doggy bag se avanzo mangiatemi', distribuendo contenitori appositi in oltre 200 ristoranti tra Milano, Bergamo, Varese e Roma. Per vincere la reticenza, le aziende hanno realizzato scatole-cestini di design ed ecologiche (la più rispettosa dell'ambiente è in 'crush mais', un cartoncino ecologico che utilizza sottoprodotti di lavorazioni industriali, in grado di sostituire fino al 15% della cellulosa ricavata dagli alberi; quindi per cominciare non si spreca in natura). Se si vuole dare il via davvero a un percorso virtuoso il primo passo da

fare è uscire da un equivoco (rinforzato anche da molti servizi in tv): il nome doggy bag è fuorviante: gli avanzi sono per noi, non per un nostro ipotetico cane!

Fipe, la federazione italiana dei pubblici esercizi, ha lanciato nei mesi scorsi un concorso per trovare un nuovo nome, tutto italiano alla sportina anti-spreco. Anche Ascom Bergamo ha partecipato proponendo il simpatico termine 'ovetto'. Ora si tratta di capire quale idea vincerà e come chiameremo in futuro la sportina.

Intanto, può essere più facile chiedere già ora una scatola da asporto invece che una doggy bag. L'invito è duplice: i ristoratori propongano ai clienti di portare via ciò che hanno ordinato e non consumato, i clienti non si vergognino di chiedere un contenitore adatto per gustare in un secondo momento ciò che non si è consumato. Un'idea per condividere davvero l'esperienza, anziché su Facebook e Instagram.

Dida Una pratica virtuosa che prenderà sempre più piede nella nostra cultura

dida Le origini romane delle doggy bag

La doggy bag ha origine antiche, la pratica è nata nel sesto secolo. I romani avvolgevano gli avanzi in fazzoletti puliti e consideravano scortese chi non lo faceva perchè si pensava non apprezzasse il cibo

Trasferimento Mediaword. Incontro in Ascom

Oggi nella sede Ascom di via Borgo Palazzo 137 è in programma un incontro con tutti gli attori legati al trasferimento della sede di Mediaword di Curno a Verano Brianza. Il trasferimento

coinvolge 430 dipendenti (circa settanta si sono dimessi nelle scorse settimane). L'auspicio è che la proprietà consideri il disagio dei dipendenti trovando forme di sostegno.

“Le medie attività negli spazi dismessi possono fare da traino delle piccole”

Città e territori da ricucire, aree abbandonate da reinventare e contenitori vuoti da riempire di nuove progettualità. Ascom Confcommercio Bergamo ha ospitato ieri, 12 luglio, esperti e autorità per approfondire il tema **“Spazi dismessi per rilanciare commercio e città”**. Il Laboratorio, coordinato dal Settore Urbanistica e Progettazione Urbana di Confcommercio Imprese per l'Italia, articolato in due sessioni, vede Bergamo unica tappa lombarda dell'evento nazionale **“Dare forma ai fondi: partiamo dalle città”**. *“Le aree dismesse sono monumenti al degrado, ma il loro recupero va fatto salvaguardando i negozi di vicinato- ha detto il direttore Ascom Confcommercio Bergamo Oscar Fusini- . La tendenza a convertire le aree industriali in strutture di media e grande superficie non ci piace: oggi non c'è più spazio per nuovi insediamenti di grandi dimensioni. È una battaglia da fare con Anci e con le amministrazioni provinciali regionali per far passare nell'agenda europea la salvaguardia delle piccole imprese commerciali e delle comunità”*. L'incaricato per le Politiche Ue di Confcommercio-Imprese per l'Italia, **Alberto Marchiori**, ha sottolineato : *“La rigenerazione non deve essere solo urbana ma anche economica, contemplando anche strategie di inclusione sociale. Il tema “Dare forma ai fondi” crea un collegamento funzionale per i*

territori con l'Europa. Per questo è importante esprimere buone pratiche e valutare casi concreti, incoraggiando lo scambio di idee tra le Confcommercio locali per stimolare la nascita di progetti di rivitalizzazione urbana". L'assessore alla riqualificazione urbana del Comune di Bergamo, **Francesco Valesini**, partendo dall'analisi delle dinamiche del commercio in rapporto alla trasformazione della città, ha illustrato le azioni intraprese dall'amministrazione per dotarsi di nuovi strumenti con cui affrontare i cambiamenti. *"Il tema della riqualificazione è centrale in una città ad alta densità abitativa come Bergamo che in una superficie territoriale di soli 40 km quadrati concentra 3mila abitanti a km quadro. L'amministrazione in questi anni si è dedicata a interventi di rigenerazione urbana, dall'area degli Ex Ospedali Riuniti, alla Caserma Montelungo, dall'Ex Gasometro all'ex Mangimi Moretti, oltre a riqualificare diverse piazze".* L'adozione della variante urbanistica al Piano delle Regole e al Pgt ha permesso di elaborare nuovi paradigmi e di introdurre contenuti innovativi: fino al 2017 in centro c'era la possibilità di insediare superfici commerciali fino a 400-600 mq, ora con la nuova variante (in recepimento della direttiva Bolkestein) si apre la possibilità anche alle medie grandi strutture di vendita. *"In centro tanti edifici pubblici e direzionali, dall'ex Agenzia delle Entrate in Largo Belotti all'ex banca in Via XX Settembre, non trovano destinazione. La nascita di strutture commerciali di valore può creare nuove occasioni di attrattività per il centro e per il commercio tradizionale"* precisa l'assessore comunale Valesini.



È necessario rimettere in discussione una visione relativa a una città in dissolvenza per progettare nuovi scenari che sostengano e riequilibrino il mix commerciale dell'offerta. Il professore di Urbanistica del Politecnico di Milano, **Luca Tamini**, ha sottolineato il rilevante ruolo urbanistico che i servizi di prossimità e gli spazi abbandonati rivestono per innalzare la qualità della vita nelle città. *“La forte competizione territoriale tra i formati distributivi ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive. In questo quadro, diventa sempre più rilevante il ruolo urbanistico che i servizi di prossimità (spesso non più attivi) e i medi e grandi contenitori urbani dismessi possono svolgere – in forma integrata e complementare – per costruire urbanità e qualità insediativa”*. I centri storici continuano a mantenere il loro appeal, come ben sanno i colossi della grande distribuzione e le stesse piattaforme virtuali che stanno aprendo esercizi di vicinato in Europa e negli Stati Uniti. Il professor Tamini ha

illustrato alcune progettualità innovative, come quella di Monza (che ha inserito all'inizio del centro pedonalizzato medie strutture, diventate una leva attrattiva per il commercio di vicinato di tutte le vie centrali). Esempi innovativi di riutilizzo di spazi dismessi sono: l'ex garage Traversi in Via Bagutta a Milano, il riuso funzionale di grandi contenitori di piazza Cordusio (dove inaugurerà il primo Starbucks italiano) e Fondaco dei Tedeschi a Venezia. Tra i casi virtuosi anche le nuove premialità urbanistiche associate a forme di compensazione economica locale al Distretto urbano del commercio di Bergamo. **Joseph Di Pasquale**, progettista di AM Project, ha presentato Chorus Life, il progetto per il rilancio dell'area ex Ote con il nuovo palazzetto, servizi abitativi e spazi commerciali; **Diego Armellini**, presidente della cooperativa Linkmakers, ha illustrato il progetto Link District, che darà nuovo slancio all'ex consorzio agrario di via Bono con un progetto di co-working e social housing.

Per incoraggiare lo scambio di idee, sono state presentate le testimonianze concrete dalle Confcommercio locali di Padova, Piacenza, Mondovì e Rovereto.

Il pomeriggio, dedicato al tema della **riattivazione degli spazi dismessi per la rivitalizzazione economica della città**, si è aperto con i saluti di **Anna Rita Fioroni**, coordinatrice nazionale di Confcommercio Professioni. A seguire, l'intervento del professore di Marketing all'Università degli Studi di Milano, **Luca Zanderighi**, che, partendo dall'esame del fenomeno delle dismissioni commerciali e delle dinamiche evolutive del commercio, ha proposto una nuova urbanistica commerciale degli spazi e dei contenitori dismessi. *“La questione degli spazi dismessi è un problema di visione e di governance. C'è una crescente percentuale di negozi sfitti, che richiede un intervento deciso da parte delle istituzioni, a partire dalla Regione. I distretti del commercio possono avere un ruolo chiave nel recupero e nella rinascita degli spazi commerciali in cerca di riconversione”*.

Il direttore generale Sviluppo Economico Regione Lombardia, **Paolo Mora** ha illustrato le più significative misure attivate nel corso della X Legislatura (2013-2018), soffermandosi sugli aspetti di metodo, sulle caratteristiche e sui risultati dell'esperienza regionale, non mancando di fornire altresì alcuni spunti sull'impostazione in corso dei programmi di attività per la prossima legislatura. *"L'urbanistica deve dialogare con il commercio per organizzare un nuovo modo di far commercio sul territorio-* ha sottolineato Mora- *. Bisogna fare in modo che l'offerta commerciale torni in città, nei centri storici e nelle immediate periferie"*.

Sul tema della rivitalizzazione commerciale, in particolare degli spazi sfitti, sono state presentate le esperienze delle Confcommercio di Padova, Parma, Cremona, Mantova e Bassano del Grappa; sul tema è intervenuta anche Abi- Amministratori Beni Immobili Confcommercio Professioni.

Il Laboratorio Nazionale su Rigenerazione Urbana

Il Laboratorio Nazionale su Rigenerazione Urbana di Anci e Confcommercio rappresenta, dal maggio 2016, il luogo di confronto e di diffusione di buone pratiche fra i comuni e le sedi territoriali che, aderendo alla sperimentazione, hanno sottoscritto accordi locali per dar vita ad iniziative condivise allo scopo di rigenerare le città. Lo scopo è quello di incidere sugli strumenti urbanistici e sulle norme, introdurre misure di fiscalità di vantaggio, costituire partenariati per la redazione di progetti a valere sulle risorse nazionali o europee e formare professionalità specifiche. Nato dalla firma del Protocollo d'intesa nazionale tra Confcommercio e l'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI), il Laboratorio ha visto – negli anni – l'adesione alla sperimentazione di numerose città, che si sono confrontate, indagando i temi della rigenerazione urbana. Quest'anno si è entrati nella fase concreta della sperimentazione in cui sono protagoniste le città che hanno costituito i Laboratori locali, definito un programma di azioni di rigenerazione

urbana e individuato possibili fonti di finanziamento.

Negozi sempre più digitali. Ascom presenta il bando che dà contributi

Negozi sempre più digitali. Dalla Regione arrivano contributi. Ascom presenta il bando Storevolution e assiste gli associati nella presentazione delle domande. Info, 035.4120123/210

Negozi sempre più digitali. Ascom presenta il bando che dà contributi

Da Regione Lombardia arriva il Bando "StorEvolution". Per i negozi di vicinato che si innovano ci sono contributi a fondo perduto. Ascom presenta il Bando ed è a disposizione per assistere gli associati. Info: www.ascombg.it – tel. Giorgio Puppi 035.4120123 e Matteo Milesi – Fogalco – 035.4120210

Fatturazione elettronica per i carburanti rinviata al 2019, Mora: “Le aziende così hanno più tempo per adeguarsi”

Fatturazione elettronica. La scadenza slitta al 2019. Fino al 1 gennaio si potrà usare anche la scheda carburante